

Eigenzinnige keuzes drie generaties Kuiper als succesformule

Verzekeren met oog voor waarden



Uitgelicht

Door nooit een grijze muis te zijn is er in de roerige Nederlandse verzekeringsmarkt een bijzondere plek voor het Heerenveense Kuiper Verzekeringen. Het familiebedrijf is gekend bij bootbezitters en eigenaren van klassieke auto's.





Jacco Kuiper en wijlen Jaap Kuiper.

Verzekeren is een vak en een kunst. De begin dit jaar overleden Jaap Kuiper wist dit als geen ander. Hij vond niches in oldtimers en boten, waarmee Kuiper Verzekeringen nu landelijke faam geniet. Eigenzinnige keuzes liggen ten grondslag aan het succes van het Heerenveense assurantiebedrijf.

Onstuimig zijn de grote veranderingen in de verzekeringsmarkt best te noemen. De digitalisering en automatisering is er een van, de strenge richtlijnen van de overheid een andere. Het leidt al enige tijd tot een flinke consolidatieslag met overnames en schaalvergroting. In dit licht is een jubileum voor een zelfstandig en onafhankelijk Kuiper Verzekeringen een bijzondere mijlpaal.

Jacco Kuiper, als telg van de derde generatie aan het roer bij het familiebedrijf, gruwet van alleen maar cijferoverzichten op weg naar het efficiëntste en het goedkoopste. Liever zoekt hij de menselijke maat. Niet de getallen, maar de mensen zijn belangrijk. “Us klanten hearre by ús famylje.”

Vooruit dan, cijfers. Tot de familie horen 85 werknemers. Kuiper Verzekeringen hoort tot de grote assurantiebedrijven in het Noorden met meer dan 55.000 polissen. Als specialist in verzekeringen van vaartuigen en klassieke auto's is de verzekeraar in Nederland gezaghebbend. Zo'n 22.000 eigenaren van vaartuigen – van klassiek tot modern – en zo'n 15.000 liefhebbers van oldtimers en newtimers hebben een polis. En ook al geniet Kuiper Verzekeringen hierdoor grote bekendheid, de helft van de omzet komt uit de zakelijke markt voor het midden- en kleinbedrijf.

AUTHENTIEK

Authenticiteit is een belangrijke waarde bij Kuiper Verzekeringen. Jaap Kuiper – hij is 76 geworden – was zo lang daarvan de verpersoonlijking. Hij gaf het familiebedrijf smoel, was de ambassadeur naar buiten toe en genoot alom gezag en respect. Zijn grondige aanpak in de verzekeringsbranche bood hem voorsprong, zijn fijne neus voor commercie leverde hem polissen.

Terugblikkend lijken het toevalstreffers. Uit liefde voor zijn vrouw Gea koopt Jaap Kuiper een klassieke sportauto van het prestigieuze merk Morgan. Deze trekt bekijks, zeker van liefhebbers. Als het om verzekeren van het pronkjuweel gaat, heeft hij zijn huiswerk dan al nauwgezet gedaan. In korte tijd wordt hij daarna vraagbaak en gids voor zoveel andere eigenaren van oldtimers. Een nieuwe markt is geboren.

Eigenlijk is het met boten precies zo gegaan. Als verwoed watersportliefhebber met onder andere zijn in Heeg gebouwde Fries jacht Hendrickje en de in Joure gemaakte overnaadse sloep Gajatres kende Jaap Kuiper als geen ander de behoeftes. Slim ontwikkelde hij in de jaren zeventig vaartuigpolissen met eigen voorwaarden. In de eigen watersportprovincie bij uitstek slaat dit aan. Watersport en Kuiper Verzekeringen zijn voortaan verbonden. Grote Friese evenementen als skûtsjesilen en Sneekweek mogen op steun rekenen.

Die keuzes zijn belangrijk geweest voor Kuiper Verzekeringen, zegt Jacco Kuiper nu. Alleen als specialist in verzekeren kun je je onderscheiden, is zijn stelling. Zo kan het dat de markt het gezag toeschuift aan Heerenveen als het gaat om een verzekering voor een boot of een oldtimer. “Soks krigest net troch dysels as spesjalist út te roppen, soks moastst fertsjinje.”

Kennis is macht. Eenieder bij het bedrijf heeft al die 75 jaren ingepeperd gekregen dat kennis van de markt het fundament is voor succes. ‘Ken je klanten’ is het parool. Nog steeds wordt het beschouwd als een kernwaarde. “Wy hawwe spesjalisten dy't der alles fan witte en omdat wy permanint yn oerlis binne mei klanten, werven en minsken dy't yn dizze sektoren wurkje en kennis fan saken hawwe.”

HORECA

Eigenlijk wilde de jonge Jaap Kuiper bakken en koken, in het Amsterdamse Crest-hotel zag hij een frivole wereld waar hij zich thuis voelde. Toch besloot hij vol te gaan voor de veel zakelijkere kantooromgeving met bureaus vol polissen.

Hij deed het op zijn eigen originele manier met een fijn gevoel voor de markt: In zijn uppie begon hij en bouwde daarna een van de grotere assurantiebedrijven in het Noorden.

Zoon Jacco Kuiper (50) kijkt met bewondering terug op de 75 jaren historie van het bedrijf. “It is no allegear oars, mar it is bysûnder hoe’t it bedriuw yn al dy tiid groeid is.” Pake Adam Kuiper heeft in 1946 de basis gelegd met een accountantskantoor waar later ook verzekeringen konden worden geregeld. Eerst in Luinjeberd, drie jaar later verhuisde het naar Heerenveen. Met de komst van zoon Jaap in 1968 in het bedrijf – hij was op zijn 23ste net beëdigd als de jongste assurantiemakelaar ooit van het land – kon vooral het verzekeringsbedrijf groeien en bloeien.

WAARDEN

Behoud van waarden zit in de genen bij de generaties Kuiper. Zoals Adam Kuiper waker was over het Friese erfgoed van het schaatsen en van Thialf, zo was Jaap Kuiper dat voor het Friese watersportgebeuren. Het zit ook in het oog voor behoud van het stedelijk schoon in Heerenveen. Dankzij zijn volhardendheid is in 1972 het markante kantoorpand aan het Breedpad verworven en is daarna eigenhandig een ingrijpende restauratie van het monument begonnen.

Het uit 1750 daterende ‘Tuymelaarshuis’ ademt nu een en al authenticiteit. De sturende hand van Jaap Kuiper laat een van de weinige monumentale panden die Heerenveen rijk is op een prominente plek pronken. Ook binnen zijn met zorg en smaak de oude elementen behouden, terwijl het pand toch is ingericht als kantoor. Kosten noch moeite worden gespaard uit liefde voor het monument: een Franse ambachtsman heeft bijna een jaar gewerkt om het leerbehang te restaureren.

Zoon Jacco is uit hetzelfde hout gesneden. Om ruimte te vinden voor de expansie van het bedrijf, valt in 2000 zijn oog op een verwaarloosd pand aan de Herenwal op een steenwoorp afstand van het kantoor, ooit de herensoos van het Friesche Haagje. Hij heeft het uit 1819 daterende grachtenpand ingrijpend laten restaureren en verbouwen, waardoor het de oude allure terug heeft gekregen. “In oanwinst.”

“Der is thús altyd sein dat wy ús eigen wei kieze moasten”

Zo vader, zo zoon en toch was het allesbehalve vanzelfsprekend dat het een familiebedrijf zou blijven. Opvolging kan een gevoelige kwestie zijn. Jaap Kuiper zag een toekomst in de horeca, maar werd verleid terug te keren. Jacco Kuiper zag eerst een toekomst in auto’s, volgde de opleiding in Driebergen, maar zag na enkele omzwervingen net als zijn broer Herbert toch veel meer in de wereld van geld en verzekeren. “Der is thús altyd sein dat wy ús eigen wei kieze moasten. Sûnder druk te lizzen.”



Fries jacht Hendrickje van Jaap Kuiper.

KOERS BIJGESTELD

Het verzekeringsbedrijf van Jacco Kuiper is anders dan het verzekeringsbedrijf van Jaap Kuiper. In een halve eeuw tijd is de branche op zijn kop gezet. Internet heeft de markt transparanter gemaakt en automatisering en digitalisering zijn onontkoombaar om een rol van betekenis te kunnen spelen. Jacco Kuiper heeft de koers bijgesteld. Maar is ook een beetje eigenwijs, want zijn keuze is die van een klantgerichte aanpak en die betaalt zich uit in groei van het verzekeringsbedrijf. Sinds de overname zijn er twintig medewerkers bijgekomen. “De minsken dy’t by ús wurkje, binne ús kapitaal.”

Het was na de overname van het familiebedrijf in 2014 even piepen en kraken, bekent Jacco Kuiper. In de organisatie zaten ingesleten patronen. “Ik kaam ta it ynsjoch dat it opskodde wurde moast.” Vanuit de voorname bestuurskamer vol met een zelf opgebouwde verzameling nautisch antiek had zijn vader heel lang een fijn kompas voor de gang van zaken. “Mar doe’t it bedriuw hieltyd grutter waard, ûntgroeide it bedriuw him eins wat. Dat managen wie folle minder syn ding.”

“Wy ha no in moderne organisaasje. Wy kinne snel skeakelje”, zegt de directeur. De coronacrisis haalt hij aan als voorbeeld. Tot die tijd kwam het personeel voor hun werk trouw naar kantoor. “Ik woe ek net dat it oars wie, dan mist foar myn gevoel de ynteraksje tusken minsken.” Maar binnen enkele dagen was het thuiswerken geregeld. “Nije laptops, goede buroestuollen en foaral ek kontakt hâlde. Oeral oer. Wy bliuwe in famylje.”

TEKST: BERT DE JONG