

Door de voorruit vooruitkijken met

De Dames van Hurkmans

Hoewel Janita en Mariëlle Hurkmans van huis uit niet werden aangemoedigd om de autobranche in te gaan, is het toch het veld gebleken waar ze het gelukkigst zijn. Met hun autoboetiek *De Dames van Hurkmans* in Den Bosch bieden ze service door vrouwen voor vrouwen, spelen ze met genderrollen, bereiken ze onzichtbare doelgroepen, en zetten ze zich in voor meer dames in de branche.

DOOR JASMIJN GROOT



Waar begint jullie verhaal in de autobranche?

Mariëlle en Janita: 'Onze ouders zijn in 1969 met een autobedrijf begonnen. We zijn wat dat betreft genetisch belast. En we moesten als kind zijnde gewoon meehelpen. We hadden ook een benzinepomp aan huis, die we om de beurt moesten bemannen. We kwamen echt uit een ondernemersgezin, iedereen moest meewerken.'

'Het was bovendien een bedrijf aan huis, dus privé en werk liepen altijd samen, de scheidslijnen waren erg dun. Allebei onze ouders waren thuis als we uit school kwamen, want ze waren bezig met het bedrijf. Als we onze vader nodig hadden, dan vonden we hem stevast in zijn werkplaats, terwijl onze moeder bezig was met de boekhouding. Het voordeel was dat onze

ouders er altijd waren om met ons te eten. Wel om half 5, want om 5 uur gaan de monteurs naar huis en dan waren onze ouders weer aan het werk. Maar we zaten altijd met elkaar aan tafel. Ondanks dat ze zes dagen per week werkten, vaak 12 tot 14 uur per dag, we zagen ze in verhouding heel veel. Veel meer dan andere ouders die werkten.

'De monteurs liepen ook allemaal binnen en wanneer de klanten hun auto kwamen halen terwijl wij zaten te eten, dan werd er een stoel aangeschoven en kwamen ze er gewoon bij zitten. Wij raakten gewend om met de klanten te praten, dat gebeurde gewoon. En die omgang met klanten is onze passie geworden en daar is het ondernemerschap uit ontstaan, alsmede de keuze om met auto's te gaan werken. Het is echt misgegaan bij ons aan de keukentafel.'

'We hebben allebei eerst extern gewerkt. Toen moesten we als we thuis waren nog wel meehelpen. Daarna zijn we onderaan begonnen en doorgegroeid. We komen uit een gezin van vier kinderen en we werken alle vier in het familiebedrijf, terwijl onze ouders heel erg makkelijk waren en ons hebben gezegd dat we moesten doen wat we leuk vonden. Het was dus niet vanzelfsprekend dat we uiteindelijk voor hen zouden gaan werken. Maar we hebben toch de keuze gemaakt om in het familiebedrijf verder te gaan.'

Wanneer zijn jullie begonnen met 'De Dames van Hurkmans'?

Janita: 'De Dames van Hurkmans is in mei 2016 opengegaan. Het concept hadden we daarvoor geschreven. Er waren namelijk al 3400 onafhankelijke autobedrijven in Nederland. Dat zijn er nogal wat, dus we moesten ons wel goed bedenken waarom er dan nóg eentje bij moest. Wij hadden op dat punt 15 jaar in het bedrijf van onze ouders gewerkt, waar we vaak van onze klanten te horen kregen dat ze het wel konden merken dat er vrouwen aan het roer stonden. Het was met vrouwen in een autobedrijf toch anders dan met mannen. Daar waren we helemaal niet bewust mee bezig geweest. Wij deden gewoon ons ding, zoals dat we dat van huis uit mee hadden gekregen. Maar toen we een nieuw bedrijf wilden beginnen, vonden we dat we toch eens iets moesten doen voor vrouwen.'

‘Meiden die ervoor kiezen de autobranche in te gaan, hebben al heel wat moeten overwinnen.’

Waarom wilden jullie specifiek iets doen voor vrouwen?

Janita: ‘Ik verkocht vooral auto’s en ik hoorde heel vaak in de showroom dat mensen het heel fijn vonden dat ze een vrouw tegenover zich hadden. Natuurlijk moet je niet alle mannen in dit vak over één kam scheren. Dat is niet terecht, want er zitten ook heel fijne mensen bij. Toch had ik wekelijks wel weer een verhaal waardoor het zo duidelijk werd dat we iets voor vrouwen moesten doen. We kregen bijvoorbeeld van stellen te horen dat bij bezoek aan een andere showroom alleen de man was aangesproken, terwijl ze een auto aan het kopen waren voor de vrouw. Of vrouwelijke klanten vertelden ons dat de verkoper bij een ander

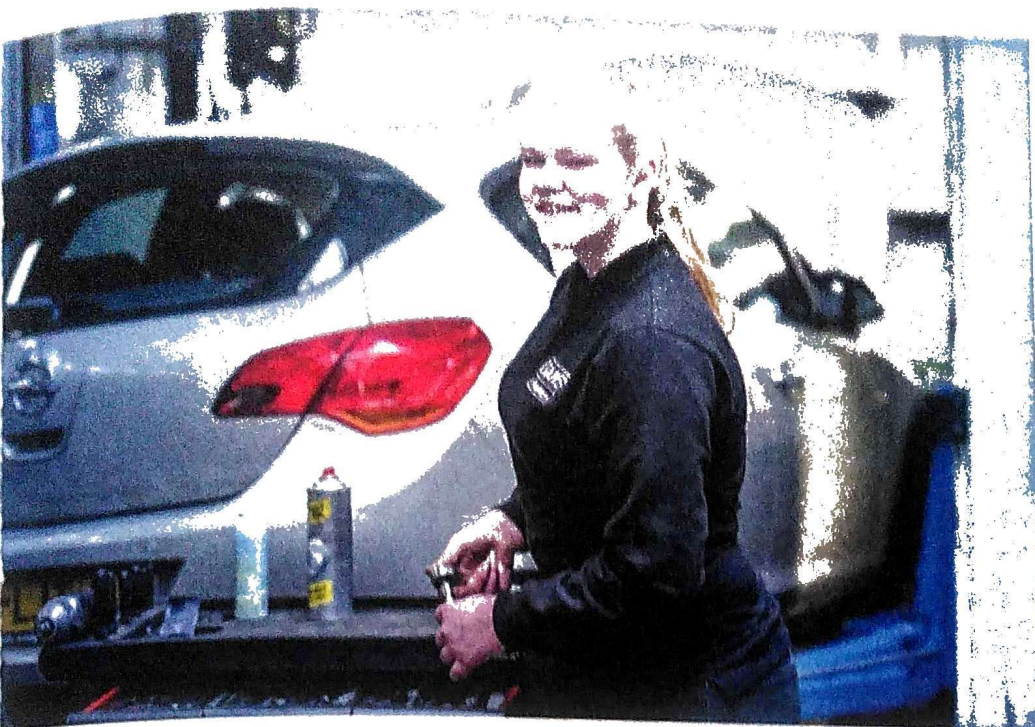
bedrijf hen had gezegd dat ze nog maar even naar huis moesten gaan om het te overleggen met hun man, maar dat ze thuis helemaal geen mannen hebben. We kunnen wel een boek vullen met oneliners en clichés. Het zijn verhalen waarvan ik dacht: “dat kan écht niet meer!”

Op welke manieren hebben jullie ‘De Dames van Hurkmans’ speciaal voor een vrouwelijke afzetmarkt gepositioneerd?

Mariëlle: ‘Alle disciplines zijn in onze autoboetiek in Den Bosch aanwezig, van reparatie en onderhoud, aan- en verkoop, maar ook schadeherstel. We hebben ons op unieke wijze gespecialiseerd in het cosmetische dag herstel, de kleinere autoschade dat in 1 dag te herstellen is. We doen dit allemaal binnen één bedrijf en dat zie je eigenlijk bijna nooit meer. Die combinatie van alles onder één huis is uit elkaar gehaald, dus schade en verkoop zijn nu vrijwel altijd gevestigd in aparte bedrijven. Wij dachten dat de combinatie ervan ook weer heel mooi kon zijn. En dat is ook zo gebleken, want het zorgt zeker voor een stukje klantenbinding, veel meer dan wij zelf in eerste instantie dachten. Klanten komen na aankoop makkelijker bij ons terug voor onderhoud en de andere diensten die wij aanbieden.’

‘Vrouwen in het bijzonder gaven ons aan dat ze bezoeken aan autobedrijven gewoonweg niet leuk vonden. Wij vonden dat het juist wél leuk kan zijn, door klanten plezierig te helpen en het voor hen aangener te maken. Daarin hebben wij bewust nagedacht hoe we een bezoek aan *De Dames van Hurkmans* extra leuk konden maken. Daar zijn onze zogenaamde wachtverzachters ook uit ontstaan, zodat je aangenaam kan wachten wanneer je auto onder handen wordt genomen. Je kan je nagels van kleur laten verwisselen, er zijn leuke magazines om te lezen, en wat betreft locatie maken we het ook makkelijk. We zitten op kleine afstand van het stadscentrum van Den Bosch en tegenover de woonboulevard, dus je kunt in de tussentijd daar even heen. We maken het leuk voor onze klanten met een dosis humor en een knipooog en we bieden service met een glimlach.’

‘In de basis hebben we bovendien een heel lage drempel. Vrouwen willen namelijk heel vaak wel iets van techniek weten. Ze voelen zich alleen niet vrij om het te vragen. Dat maken wij laagdrempelig en we doen alles vanuit transparantie. Je kan de werkplaats inkijken, binnenlopen en aan de monteurs vragen stellen. Andere autowerkplaatsen zijn soms hermetisch afgesloten voor klanten, maar wij vinden die transparantie vanzelfsprekend. We krijgen van mannen ook goede recensies over heldere communicatie. Wij vinden zelf



niet dat dat specifiek met een vrouwenbedrijf te maken heeft. Wij vinden dat stukje gewoon normaal.'

Hebben jullie nog andere reacties gehad van mannen?

Janita: 'We hebben onze vader in het begin nog wel moeten overtuigen van het concept, want het leek hem echt geen goed idee. Hij zag het als de uitsluiting van de helft van de bevolking en dat stond hem tegen. Onze moeder heeft hem geprobeerd te overtuigen met het argument dat hij de dingen zelf ook altijd net even anders had gedaan, waar hij uiteindelijk toch succesvol mee is geworden. Onze vader had alles onder één dak en meerdere locaties, en hij was heel erg ondernemend en vooruitstrevend. Hij zei dan ook wel eens: 'de voorruit bevindt zich aan de voorkant, niet aan de achterkant,' oftewel je moet door de voorruit vooruitkijken, en niet door de achterrauit naar het verleden. Dus misschien valt de appel niet zo ver van de boom en hadden wij nog meer van onze vader dan we dachten. Toch vond hij het lastig om vanuit traditioneel oogpunt te zien hoe *De Dames van Hurkmans* zou kunnen werken. Maar toen de zaak klaar was en hij zag hoeveel belangstelling ervoor was, was hij helemaal omgedraaid.'

'Natuurlijk vonden wij het zelf ook wel even spannend. We begonnen een bedrijf met een sterk concept, waar anderen iets van kunnen vinden. En dat gebeurde ook. We kregen al snel media-aandacht nadat NOS een video van Omroep Brabant oppikte. Opeens belde ook PowNed op, die langskwam met naakte mannenkalenders om te provoceren, want

ja: in autobedrijven van mannen hangen toch ook kalenders met naakte vrouwen? Achter de schermen was die journalist trouwens een hartstikke aardige vent. Uiteindelijk zijn wij er niet op uit om een scheiding te maken tussen mannen en vrouwen, verre van! We willen de aanschaf of reparatie van je auto alleen fijner, leuker en toegankelijker maken. En niet dat je een bezoek aan een autobedrijf gaat vergelijken met een bezoek aan de tandarts. Dat kan toch wel anders.'

Mariëlle: 'We hebben van tevoren heel goed nagedacht over het opzetten van *De Dames van Hurkmans*. Doorslaggevend was ook dat het ons erger leek dat je jezelf achteraf jarenlang gaat afvragen waarom je het toch niet hebt gedaan dan het te proberen en dat het dan niet lukt, waar we ook wel weer overheen komen. Het had ons gewoonweg niet leuk geleken om wakker te worden en in de krant de kop "eerste vrouwelijke autobedrijf van Nederland een mega-hit" te moeten lezen en daar dan niet onze namen onder te zien staan. Daar zouden we helemaal zuur van zijn geweest.'

Hoe ziet jullie klantenbestand eruit?

Janita: 'Het overgrote deel is vrouw. Wij doen niet veel aan traditionele reclame



buiten social media om, want vrouwen praten veel meer met elkaar dan mannen, en dat is voor ons weer een voordeel. Veel vrouwen die hier langskomen zeggen dat ze over De Dames van Hurkmans hebben gehoord via een vriendin. Zeker onder oudere vrouwen gaat het regelmatig zo. In hun leeftijdsklasse hebben we ook vrouwelijke klanten die alleen, gescheiden, of weduwe zijn geworden, en wiens mannen voorheen altijd de autozaken regelden. Als ze dan een autodealer binnenkomen weten ze niet van hen overkomt! Ze voelen zich bij ons beter op hun gemak en dat gaat heel snel rond.'

Mariëlle: 'Wij hadden in eerste instantie helemaal niet gedacht aan dit soort doelgroepen, maar we zagen ze wel al heel snel toen we opengingen. Het is ook een generatie die ouder wordt, die niet afhankelijk wil zijn van hun kinderen, maar wel

hun eigen dingen willen regelen. Het is fijn om hen te kunnen helpen. Dat maakt ons werk ook dankbaar.'

Hoe uniek zijn jullie als vrouwelijke ondernemers in de autobranche?

Janita: 'We zijn niet de enigen, want er zijn zeker andere autobedrijven waar vrouwen een aandeel in hebben. Tegelijkertijd zijn we nog steeds heel uniek als twee vrouwelijke eigenaren van een autobedrijf, want vrouwen zijn schaars in de autobranche. Zo werken er vrouwen in ons team die niet uit onze bedrijfstak komen, maar met opleidingen zijn binnengekomen, omdat er gewoon heel weinig dames te vinden zijn binnen onze branche, zowel in de verkoop aan de voorkant als in de techniek aan de achterkant.'

'Zeker die laatste zijn zeldzaam. Dat is tevens een lastig punt voor ons, want het is moeilijk voor ons om onze monteursvacatures te vullen. Het liefste hebben we immers dames, al hebben we ook mannen in ons team. Al met al is de verdeling bij ons nu 70% vrouw en 30% man. Dat is nooit het geval in een autobedrijf: de meerderheid is altijd man. Er zijn opleidingen waar je direct mee aan de bak kan gaan in autobedrijven. Maar meestal zit er bij dat soort opleidingen maar één meisje in de klas. De autobranche is echt een mannenwereld, terwijl de helft van onze bevolking een vrouw is, dus het is raar dat niemand zich daarop richt.'

'Wij hebben het *all the way* gedaan. Mannen zijn bij ons natuurlijk welkom, maar we richten ons niet specifiek op hen. Toch krijgen we vaak de reacties van mannen dat ze het fijn vinden dat ze hier geen verstand van auto's hoeven te hebben. Mannelijke autoverkopers kunnen het idee hebben dat hun mannelijke klanten net zoveel liefde hebben voor auto's als zichzelf, maar er zijn natuurlijk ook gewoon mannen die er niks mee hebben. Dus dat soort mannen zijn weer een nieuwe doelgroep voor ons!'

Hoe belangrijk was het voornemen om met 'De Dames van Hurkmans' verandering in de branche teweeg te brengen?

Mariëlle: 'We maken ons er hard voor om meer vrouwen werkachtig te krijgen in de autobranche, zowel in de verkoop aan de voorkant als in de techniek aan de achterkant. We hadden bij het opzetten van *De Dames van Hurkmans* ons al het maatschappelijke doel voorgenomen om meiden een kans te geven. Van mannelijke ondernemers hadden we namelijk vaak te horen gekregen dat ze het lastig vonden om een meisje in het team te plaatsen, vooral in de werkplaats. Zij waren ervan overtuigd dat zij de mannelijke werknemers maar zouden afleiden of dat ze niet sterk genoeg waren. Maar als collega's kun je elkaar toch gewoon helpen? En er is toch materiaal aanwezig om zware onderdelen te tillen? Van onze mannelijke collega's verwachten we net zomin als van vrouwen dat ze hun ruggen breken tijdens het werk.'

'Meiden die ervoor kiezen de autobranche in te gaan, hebben al heel wat moeten overwinnen. Ze hebben hun ouders thuis al moeten overtuigen dat ze het echt willen. Vervolgens moesten ze zich op school staande zien te houden als één van de weinige meisjes tussen allemaal jongens. Er is al behoorlijke wilskracht voor nodig om de keuze te maken, dus het helpt deze meiden om te laten zien dat het een heel mooie keuze is en dat de autobranche een ontzettend mooi vak is met uitdagingen. Je helpt meiden die de autobranche in willen ook als ze voorbeelden hebben. Om die reden worden we steeds vaker gebeld door bijvoorbeeld middelbare scholen om mee te denken hoe we jonge meiden kunnen aanspreken. En we hebben al een paar keer in het openbaar mogen spreken over ons verhaal, wat we hartstikke tof vinden.'

'Wij doen niet veel aan traditionele reclame buiten social media om, want **vrouwen praten veel meer met elkaar** dan mannen, en dat is voor ons weer een voordeel.'

Janita: 'De autobranche is best een ouderwetse, waar dingen al honderd jaar hetzelfde gaan. Toch beweegt er wat en daar zetten wij ons graag voor in. Maar ook voor andere branches zijn we een inspiratie geweest, bijvoorbeeld de installatiebranche. Installateurs realiseerden zich opeens ook dat er in huishoudens vaak een vrouw zonder technische *knowhow* thuis is wanneer er een nieuwe ketel moet worden geïnstalleerd.'

Zien jullie het in de toekomst gebeuren dat jullie kinderen de familietraditie voortzetten en op hun beurt de autobranche ingaan? Of misschien wel 'De Dames van Hurkmans' van jullie gaan overnemen?

Janita: 'Mijn jongste zegt altijd: "mam, ik ga jou opvolgen, want wie moet het anders doen bij De Dames?" Maar ik weet niet zeker of dat gaat gebeuren. Mijn oudste zoon is technisch en houdt ervan met zijn handen te werken, dus die zou wel eens in de richting van het beroep automonteur kunnen gaan. Maar ik heb geen idee. Ze zijn ook nog jong.'

Mariëlle: 'Ik heb drie dochters en ze helpen in de vakanties regelmatig wel mee. Maar of ze uiteindelijk het stokje zullen overnemen, daar heb ik echt nog geen idee van. Ze mogen bovendien hun eigen pad bepalen. Dat hebben wij ook altijd als een groot goed ervaren.' ○



De Vrouwen slagerij maakt zelf haar worsten

Onder verdrietige omstandigheden kwamen Anita en Iris Dol samen aan het roer te staan van hun slagerij in het Friese dorp Langweer. Heel wat mensen keken daar vreemd van op, sommigen probeerden hen er zelfs van te overtuigen om ermee te stoppen. Dat was voor moeder en dochter des te meer reden om onder de nieuwe naam *De Vrouwenslagerij* te laten zien dat ook vrouwen een biefstuk kunnen snijden. Inmiddels zijn ze ver buiten hun woon- en werkplaats een begrip.

DOOR JASMIJN GROOT



(foto: Thomas Vaer)

Hoe zijn jullie in het slagersvak terechtgekomen?

Anita: 'Zelf zit ik al dertig jaar in het slagersvak en ik heb altijd fulltime gewerkt. Ik kom niet uit een slagersgezin, maar mijn man was oorspronkelijk altijd al slager geweest. Toen hij zonder werk kwam te zitten, zijn wij samen in Groningen voor onszelf begonnen. Daar hebben we vijf jaar gezeten en daar is Iris ook geboren. Maar in de grote stad was voor ons geen toekomst. Wij huurden destijds een pand en mijn man zei dat het misschien beter was om wat te kopen. Na onderzoek zijn we in Langweer terechtgekomen. Dat was helemaal de andere kant op en heel wat nieuws voor ons. Jarenlang hebben mijn man en ik samen ons bedrijf Slagerij Dol gerund. Iris studeerde ondertussen voor een baan in de zorg, maar zij hielp altijd wel mee in de slagerij. Op een gegeven

moment moest zij stage gaan lopen bij een instelling waar ze niet bepaald naar uitkeek. Ze zei: 'Mam, daar heb ik helemaal geen zin in, ik stop ermee!' Ze werkte toch altijd al bij ons in de winkel, dus toen heb ik gezegd dat ze gewoon bij ons in dienst kon komen. Zo is zij erin gerold.'

Iris: 'Ik zou eigenlijk de gehandicaptenzorg ingaan. Daar zitten zeker heel lieve mensen tussen, maar het is

werk dat bij je past of niet. Zelf vond ik dat ik onder de laatste categorie viel. Ik zag het niet zitten om het werk een jaar lang te doen, dus ik ben er mee gestopt. Eigenlijk was ik toen ik die beslissing maakte nog leerplichtig, maar ik de zomer daarna werd ik achttien, dus bij het begin van het nieuwe schooljaar zou ik oud genoeg zijn."

Anita: 'De school zei dat het allemaal niet kon. Ze belden mij met de boodschap: "mevrouw Dol, dat gaat niet gebeuren, want ze is nog leerplichtig." Daarop zei ik dat ze in de vakantie achttien zou worden en officieel niet meer verder hoefde te leren. Iris zou gewoon bij ons in dienst komen. Ze hadden geen poot om op te staan. En de discussie was toen ook klaar.'

Wanneer zijn jullie begonnen met De Vrouwenslagerij?

Anita: 'In 2025 is het precies dertig jaar geleden dat mijn man en ik Slagerij Dol in Langweer hebben geopend. Jarenlang hebben wij met zijn drieën de slagerij gerund, dus als vader, moeder en dochter. Maar in 2015 werd mijn man ziek en moest hij onder controle. We dachten dat hij alleen nierstenen had en dat alles wel goed zou komen. De doktoren zeiden in mei van dat jaar ook dat het hartstikke goed met hem ging en dat hij het jaar daarop maar eens



Ik zou eigenlijk de gehandicaptenzorg ingaan. Daar zitten zeker heel lieve mensen tussen, maar **het is werk dat bij je past of niet.** Zelf vond ik dat ik onder de laatste categorie viel.

bij hen terug moest komen. Maar hij is in december vlak voor de kerst plotseling overleden. Iris en ik bleven toen achter met het bedrijf, wat mijn werk was, het werk was van Iris, en natuurlijk het levenswerk van mijn man. Dus de vraag voor ons was wat we gingen doen. Andere slagers belden mij op om te zeggen: "vrouwtje, stop er maar mee. Dat wordt helemaal niks met jullie. Alleen met vrouwen aan het roer, dat gaat niet." Dat lieten wij ons niet zeggen. We zijn met

onze boekhouder om de tafel gegaan en die zei ons dat we groen licht hadden en dat als we wilden we er gewoon voor konden gaan. Tegen Iris heb ik toen gezegd dat we aan een avontuur zouden gaan beginnen. En mocht het niet lukken, dan zouden we ten minste strijdend ten onder gaan en hadden we het op zijn minst geprobeerd. Veertien dagen na het overlijden van mijn man hebben we de winkel weer geopend. En nu runnen wij de slagerij alweer negen jaar samen.'

Waren die reacties een grote reden voor jullie om te laten zien dat jullie als vrouwen wél een slagerij kunnen runnen?

Iris: 'We zullen ze eens een poepie laten ruiken dat twee dames het wel kunnen! De reacties gaven ons zeker een extra boost.'

Anita: 'We hebben besloten om een keer aan een vakwedstrijd binnen de slagersbranche mee te doen. Bij zo'n wedstrijd wordt je product gekeurd, waarmee je kan laten zien hoe goed het is. Mijn man deed dat vroeger ook en wij vonden dat wij daar ook weer iets mee moesten doen, want we wilden natuurlijk geloofwaardig overkomen. In het begin krijg je misschien wel de gunfactor dat je als moeder en dochter samenwerkt, waardoor mensen bij je binnenkomen, maar ze moeten uiteraard wel binnen blijven komen. Klanten moeten ons geloven en vertrouwen. Wij zijn weer aan wedstrijden mee gaan doen. In 2019 zijn we voor het eerst kampioen Noord-Nederland geworden. En rond die overwinning werden wij voor het eerst de vrouwen van de vrouwenslagerij genoemd. Datzelfde jaar vierden we ons vijftienvestigjarig bestaan en toen hebben we de naam van de slagerij officieel veranderd naar *De Vrouwenslagerij*'.

Iris: 'Al snel kregen we te maken met de coronaperiode. Er waren toen maatregelen dat je in een kleine zaak als de onze maar één klant in de winkel mocht hebben. We hebben toen versneld onze webshop geopend. Voor slagerij Dol hadden we al een website en voor het onderscheid hebben we er toen bewust voor gekozen om de webshop *De Vrouwenslagerij* te noemen. En door de corona maatregelen kwamen de eerste bestellingen meteen binnen.'

Wat veranderde er voor jullie met het winnen van het kampioenschap?

Anita: 'We werden snel van alle kanten benaderd door mensen. We hebben toen ook interviews gedaan en we hebben in het blad *Vrouw* gestaan van *De Telegraaf*. In de coronatijd zijn we voor de tweede keer kampioen geworden. Mensen vonden het in het begin echt vreemd dat er zoveel

vrouwen achter de toonbank stonden. Het was met het tweede kampioenschap dat de reacties veel positiever werden en dat veel mensen van gedachten veranderden. Mensen zeiden toen veel vaker: "jullie kunnen het toch wel, dat hebben jullie goed gedaan." Ja, dat hadden ze niet gedacht! Inmiddels zijn de meesten eraan gewend dat wij als vrouwen de eigenaren zijn van onze slagerij.'

Iris: 'Een heel oude mannelijke slager vroeg eens aan mij wie bij ons de worst maakt. Toen ik zei dat ik dat deed, keek hij me aan alsof ik hem voor de gek hield en hij liep uiteindelijk maar weg. Maar toen we kampioen werden feliciteerde hij me en zei hij dat we het goed hadden gedaan.'

In hoeverre worden jullie nu nog onderschat binnen de branche of onder klanten?

Anita: 'Er wordt nog steeds weleens lacherig over gedaan. Mijn zoon werkt ook binnen het bedrijf en we hebben nog een andere mannelijke medewerker. De helft van het personeel binnen ons bedrijf is man. Zij krijgen nog weleens de grap dat dit *de Vrouwenslagerij* is, dus wat doen zij hier? Of andere flauwe vragen. Waar de slager is, bijvoorbeeld, en of ze feministisch zijn. We hebben nog wel eens te maken met heel vreemde fratsen.'



Daardoor krijg je nog steeds weleens **de vraag waar de slager is**, waarop ik dan moet zeggen dat ze daar al mee spreken.

Een mannelijke collega springt in: 'Dat is heel vervelend.'

Iris: 'De jongens vinden het heel vervelend om de winkel in te komen van achteren om van klanten te horen: "Wat doen jullie hier? Hier werken toch alleen maar vrouwen?" Dat vinden wij ook niet leuk.'

Aan de andere kant maken voorbijgangers en klanten ook foto's van ons naambord, van de etalage en van ons. Dat is wel heel erg leuk. Er zijn ook een aantal promotievideo's van ons op YouTube en TikTok, waardoor we laatst zelfs in Utrecht werden herkend. Wat dat betreft zijn we heel erg bekend geworden.'

Wordt de slagersbranche volgens jullie nog steeds gedomineerd door mannen?

Iris: 'Ja. Het gebeurt niet vaak dat een slagerij wordt gerund door vrouwen, zoals die van ons. Er is er volgens mij nog één andere, maar het zijn er echt niet veel. Daardoor krijg je nog steeds weleens de vraag waar de slager is, waarop ik dan moet zeggen dat ze daar al mee spreken. Het is heel ouderwets dat mensen in hun hoofd hebben dat het een mannelijk vak is. Mensen moeten er natuurlijk even aan wennen dat wij nu de slagers zijn, zeker in het begin. Maar soms denken mensen ook dat ik mijn werk niet kan doen omdat ik een vrouw ben. Het gebeurde een keer dat ik voor een klant een lekker stukje biefstuk afsneed en dat voor hen wilde klaar maken, terwijl er iemand achter ander werk aan het doen was met de vermalzer. Toen ze dat apparaat aan hoorde gaan, werd er naar me geroepen dat de biefstuk niet door de vermalzer heen moest. Ja, dat snap ik zelf ook wel, je hoeft me niet te vertellen hoe ik een biefstuk moet snijden.'

Anita: 'Gelukkig hebben we veel vaste klanten en toeristen die bij ons binnenkomen, die snappen dat wij weten wat we doen. Het zijn vaak de mensen die ons niet kennen die commentaar leveren. En daar zitten vaak mannen tussen die overdadig vrolijk zijn en een leuk grapje willen maken. Maar dan krijg je van die domme grapjes. Zij slaan daarmee helemaal de plank mis bij ons. Wij zeggen dan maar dat als ze het boek *De Vrouwenslagerij* van Ilja Gort goed hebben gelezen, dat ze dan weten ze wat er met hen gebeurt als ze zulke grapjes maken: wij stoppen dat soort mannen in de worst! En daar kunnen mensen dan ook weer om lachen.'

Maken jullie op andere manieren verbindingen met het boek *De Vrouwenslagerij* van Ilja Gort?

Iris: 'We werden geadviseerd om de naam vast te leggen, want anders heb je misschien problemen met copyright. Om die reden hebben we om de toestemming van Ilja Gort gevraagd om de naam *De Vrouwenslagerij* te voeren. Toen we contact met hem kregen zei hij: "potverdorie, jullie zijn me een slag voor, want ik wilde die naam ook al vastleggen."

Anita: 'Voor ons vijftienvigjarig jubileum hadden we allemaal flessen wijn van Ilja Gort en gesigneerde boeken ter beschikking gekregen. We hadden ook heel mooie folders en

cadeaus voor de gelegenheid. Maar door corona konden we het niet vieren. Het is helaas allemaal de prullenbak ingegaan – al geldt dat natuurlijk niet voor de flessen wijn, die zijn wel opgekomen! Volgend jaar staat ons dertigjarige jubileum voor de deur, dus dan zouden we het graag goed willen vieren. We moeten maar even kijken wat we dan gaan doen.' Iris: 'Ilja was al eens gastspreker op ons eerste kampioenschap, misschien kan hij dat voor ons ook doen!'

Zijn er dingen die jullie ondernemen om de slagersbranche te veranderen en meer vrouwen het vak in te krijgen?

Anita: 'Eigenlijk niet, want het is op zich al lastig om mensen het slagersvak in te krijgen. Iedereen wil tegenwoordig een baan van 38 uur per week dat niet al te zwaar is. En als je in een slagerij werkt dan is dat natuurlijk niet het geval. Daardoor ligt het slagersvak zelfs voor mannen niet lekker *in the picture* op het moment. Daarnaast komen veel mensen niet meer bij de slager, ze halen alles bij de supermarkt, dus de branche sterft een beetje uit. Dat zie je ook bij andere ambachten, zoals bakkerijen bijvoorbeeld. Het is best wel moeilijk om mensen lekker te maken voor ons werk.'

Hoe zien jullie klanten- en personeelsbestand eruit?

Anita: 'Het is gemengd. Mannen, vrouwen, jonge mensen, oude mensen, vakantiegangers, vaste bewoners. Alles komt bij ons in de winkel. We doen ook niets speciaals voor vrouwelijke klanten of om meer vrouwen de winkel in te krijgen. Dan zou je misschien overkomen met een bepaald streven en dat is niet onze bedoeling. Iedereen is bij ons welkom. Man, vrouw, opa's oma's, noem het maar op: iedereen kan binnenkomen. Op het moment doen wij ons werk met vier man, waarvan de helft uit mannen bestaat, omdat dat gewoon een mooi koppel is. Voorheen hadden we vooral vrouwen voor in de winkel en mannen die achter werkten. Het slagersvak is best wel zwaar. Het is fijn om een paar mannen te hebben die kunnen helpen met het tillen van de stukken vlees wanneer de vracht binnenkomt. Dat kunnen we dan samen doen.'

En merken jullie er nog iets van dat het consumeren van vlees wordt gekoppeld aan het mannelijke?

Anita: 'Niet specifiek. Wel zien we natuurlijk dat meer mensen bewuster gaan eten. Vooral onze vakantiegangers zijn daar echt mee bezig, die komen meestal uit het westen van het land. Dus wij verkopen ook biologisch varkensvlees en we maken zelf worsten waar mensen voor naar ons toe komen. We zorgen ervoor dat we iets aan kunnen bieden dat

niet in de supermarkt te koop is.'

Zijn jullie van plan om jullie bedrijf in de familie te houden en de Vrouwenslagerij door te geven aan de kinderen van Iris?

Iris: 'Dat weet ik nog niet. We moeten eerst maar kijken wat de toekomst brengt en of die keuze aan mij weggelegd zal zijn. En dat hangt natuurlijk van heel veel factoren af: of de drukte hetzelfde blijft, of de omstandigheden in ons dorp. Dat weet je natuurlijk nooit. Het is eerst maar eens afwachten van hoe en wat. En mijn dochter is nog maar één jaar oud. Er zijn dus nog geen concrete plannen.' Anita: 'Ik was laatst wel in Joure met mijn kleindochter, toen ik door iemand werd herkend en die meteen zei dat die kleine de derde generatie vrouw van de Vrouwenslagerij zou worden. Het is leuk om te zien dat er blijkbaar andere mensen zijn die zich er mee bezighouden. We hebben natuurlijk best een trieste achtergrond, want wij zijn doorgegaan zijn na het overlijden van mijn man. Maar het is achteraf gezien ook iets moois, dat we dit hebben kunnen doen met ons gezin. Voor hetzelfde geld heb je die kans niet en heb je het vermogen niet om door te gaan. Dan kan je alles wegdoen. Dat had natuurlijk ook gekund.' ○

De *Girl Power*

van Gebrouwen door Vrouwen



De Amsterdamse bierbrouwerij Gebrouwen door Vrouwen begon als een hobby in de keuken van Do de Heij. Nadat haar enthousiasme was overgeslagen op zusje Tessel en een flink aantal experimenten tot een handjevol heerlijke recepten hadden geleid, vond hun huisgemaakte bier toevalligerwijze haar weg tot de handen van een horecaondernemer. Vele geïnteresseerde partijen volgden. Tien jaar later en een hoofdkantoor, bar en een landelijk verkrijgbaar assortiment verder, is deze door vrouwen gerunde bierbrouwerij een waar unicum te noemen.

Hoe zijn jullie in het bierbrouwersvak terechtgekomen?

Do: 'Het was echt een hobby. Ik heb zelf informatiekunde gestudeerd en werkte hiervoor bij een start-up in de techniek. Daar hadden we een half-Deens half-Amerikaanse stagiair die thuis zijn eigen bier brouwde, wat hij mee naar kantoor nam op vrijdagmiddag. Ik vond het veel lekkerder dan wat we normaal dronken uit de supermarkt! Dus ik was meteen geïnteresseerd, vroeg me af of het wel legaal is om bier te vrouwen in je eigen huis.'

Tessel: 'Dit is meer dan tien jaar geleden, toen je eigen bier brouwen nog helemaal niet zo hip was als nu.'

Do: 'De stagiair legde me uit dat je het makkelijk thuis kunt doen en hij vertelde me welke ingrediënten je moet inkopen en wat het proces precies inhoudt. Ik houd van hobby's en had al allerlei dingen geprobeerd. En bij deze dacht ik meteen: "dit wordt mijn nieuwe hobby!" Bij de brouwmarkt in Almere heb ik al snel voor €200,- aan ingrediënten ingeslagen en op een middag ben ik voor het eerst bier gaan brouwen in mijn eigen keuken, samen met mijn vader en met de stagiair op Skype. Na zes weken was het bier klaar en was het eigenlijk best lekker geworden.'

Tessel: 'Ik was toen net terug uit Australië na een jaar reizen. Ik zei: "dit is een leuke hobby, ik ga je helpen brouwen!" Vanaf toen gingen we elke maand of twee maanden een biertje brouwen in de keuken: twintig liter, ongeveer goed voor tweeëneenhalve krat.'

Do: 'Natuurlijk lukte het heel vaak totaal niet, maar soms hadden we een lekker recept. Met vallen en opstaan hebben we geleerd hoe je bier brouwt en wat er allemaal mis kan gaan – als je te weinig mout gebruikt dan smaakt

je bier een beetje naar Spa Rood, als je te veel gist toevoegt ontploffen je flesjes midden in de nacht, of als je je flesjes niet goed hebt schoongemaakt zit er een bacterie is waardoor het bier naar groene appeltjes smaakt. Alle brouwfouten hebben we wel gemaakt.'

Hoe is 'Gebrouwen door Vrouwen' tot leven gekomen?

Do en Tessel: 'Uiteindelijk hadden we twee lekkere recepten, een Triple A en een witbiertje. Die maakten we steeds vaker en die gaven we weg aan vrienden of serveerden we op feestjes. Één zo'n flesje is in handen gekomen van een kroeggenoot, die het hartstikke lekker vond en niet kon geloven dat het gebrouwen was door twee Amsterdamse zussen. Die wilde het meteen op tap! Dat vonden we natuurlijk hartstikke leuk en toen zijn we er serieuzer over gaan nadenken. Vanuit huis brouwen ging natuurlijk niet veel langer, bovendien moet je accijns betalen en krijg je te maken met de Warenwet. We kwamen in de wereld van het loonbrouwen terecht. In zo'n verband kan je bij een brouwerij ketels huren en je eigen recept maken. We hebben 500 liter gebrouwen van onze *Tricky Triple* en *Gin Weizen* - die namen hebben we toen on the spot bedacht. En vanaf dat moment ging het als een lopend vuurtje

door Amsterdam dat er een nieuw bier op de markt was. Dit gebeurde allemaal in 2015, helemaal aan het begin van de speciaalbier *hype*. Er was nog niet veel speciaalbier beschikbaar, en al helemaal niet gebrouwen door vrouwen. Het waren in het begin vooral cafés met een vrouwelijke bedrijfsleider of eigenaressen die ons wisten te vinden. Daardoor hadden we meteen veel tappunten. Ook kregen we meteen wat media-aandacht, omdat we vrouwen zijn in een mannenwereld. We mochten aanschuiven bij bijvoorbeeld *Koffietijd* en *Radio538*. En zo is onze hobby langzaam ons leven over gaan nemen.

Driekwart jaar later hebben we onze banen opgezegd. We konden het op een gegeven moment niet meer combineren met ons normale werk, we moesten dit fulltime gaan doen. We verkochten toen nog niet genoeg om ervan te kunnen leven, dus dat was wel even spannend. Tegelijkertijd maakten we wel de stap van 500 liter naar 10.000 liter, waardoor we goedkoper konden brouwen en we er geld aan over konden houden. We moesten daarbij ook een opslagplaats huren en een busje kopen, dus het werd al snel een echt bedrijf. Begin 2016 verdubbelde onze omzet elke maand en konden we onszelf ook uitbetalen.

En nu zijn we tien jaar verder en zijn we met zeven andere vrouwen hier aan het brouwen. Wij zijn nog steeds loonbrouwers, dus wij maken de recepten en dat brouwen we bij Jopen in Haarlem. Zij helpen ons om onze recepten te vertalen naar hun ketels. De rest van ons team op het kantoor is verantwoordelijk voor verkoop, logistiek en administratie. Inmiddels hebben we tien bieren in ons assortiment en hebben we een *Gebrouwen Door Vrouwen* bar in Amsterdam. De hobby is helemaal uit de hand gelopen.'

Wat waren de reacties uit jullie familie- en vriendenkring op jullie ondernemerschap?

Do en Tessel: 'De reacties van onze vrienden waren heel erg leuk, want we gingen natuurlijk ook voor hen bier brouwen. Onze ouders waren terughoudend over het feit dat we onze banen gingen opzeggen, zeker omdat we net vaste contracten hadden. Maar zij zijn nu ook onze grootste fans. En onze bar in Amsterdam is een soort clubhuis, want daar komen onze vrienden zitten om een biertje te drinken. Het is heel handig om in je vriendenkring een bierbrouwerij te hebben! We denken dat iedereen het wel bijzonder vond dat we als twee vrouwen bier gingen brouwen, maar ze hebben onze stap tot het ondernemerschap niet afgeraden omdat de bierwereld zo'n mannenwereld is. En we merkten snel dat het ook een voordeel is dat wij als vrouwen onze brouwerij leuken, omdat je daardoor erg opvalt.'

In hoeverre hebben jullie door dat de bierbrouwersbranche door mannen wordt gedomineerd?

Do en Tessel: 'Er zijn buiten onszelf weinig andere vrouwen die bier brouwen. In Amsterdam alleen waren er in onze begintijden veertien brouwerijen, inmiddels zijn het er zeker vijftig. En ze worden allemaal door mannen gerund. Er is één brouwerij in New York, TALEA, die ook is opgericht door twee vrouwen. Zij zagen bier gebrouwd door vrouwen als een gat in de Amerikaanse markt en die gaan ook als een speer. Er is een vrouw genaamd Janneke, die het *Kutbier* en *Blondbier met Pruimen* brouwt onder *Brouwerij Boegbeeld* in den Bosch. En de *Pink Boots Society* is een organisatie met allemaal vrouwen uit de bierwereld die samen een bier maken. Maar er zijn weinig vrouwen die zich laten zien, terwijl ze er natuurlijk wel zijn. De eigenaar van *Jopen* is ook een vrouw en er zijn vrouwelijke brouwers in de brouwerijen die we bezoeken. Ze zijn er wel, maar ze hebben meestal niet een eigen bedrijf.

Dat wij niet veel vrouwen in de bierwereld kennen is jammer, want zeker in de begintijden van ons bedrijf hadden we niet echt iemand om mee te sparren over wat toen nog onze hobby was of wat we konden verwachten met al die mannen in de bierwereld. Aan de andere kant hebben we weinig slechte ervaringen als vrouwen in deze branche. Bierbrouwers zijn over het algemeen heel relaxte mensen. Ze kunnen eigenwijs zijn, maar ze zijn ook heel nuchter en *open-minded*. Het zijn in ieder geval geen baasjes of openlijke vrouwenhaters. Integendeel zelfs, we werden met open armen ontvangen. We hebben jaren geleden een toernooi georganiseerd, waar heel positief op werd gereageerd. De andere brouwerijen vonden het hartstikke leuk dat er vrouwen bijkwamen, want betekende dat er dit soort leuke evenementen werden georganiseerd. Ze waren blij met onze vrouwelijke input.'

In het Oude Egypte was bierbrouwen echt een vrouwenvak. Wisten jullie dat het vak ooit werd gedomineerd door vrouwen?

Do en Tessel: 'Zeker. In Nederland werd het bierbrouwen vroeger ook gedomineerd door vrouwen. De brouwmeester was vaak ook de burgermeester van het dorp of stad - en dus man. Dat was de uitbater over het brouwproces. Maar de brouwers waren inderdaad over het algemeen vrouwen. Het grachtenwater was vroeger niet te drinken, dus daar brouwde men dan bier van met 1 of 2% alcohol, wat ook door de kinderen gedronken werd. Zelfs de oude *Heineken* brouwerij, die ooit *De Hooiberg* heette, is opgericht door een vrouw. Bierbrouwen is dus altijd een vrouwending geweest, maar de



Met vallen en opstaan hebben we geleerd hoe je bier brouwt en wat er allemaal mis kan gaan.

laatste jaren helemaal niet. Wij weten ook niet hoe het zo is omgeslagen. Bij bier brouwen komt koken kijken, wat traditioneel gezien het domein was van vrouwen. Maar hetzelfde zie je met professioneel koken, de bekendste koks ter wereld zijn ook mannen! Misschien heeft het bij het bierbrouwen ermee te maken dat vrouwen tegenwoordig bier iets minder lekker vinden dan mannen door de bittere smaak. Het zou ermee te maken kunnen hebben dat

vrouwen het niet meer brouwen omdat ze het zelf niet lekker vinden. Of misschien omdat mannen wat competitiever zijn. Maar we weten het echt niet.'

Merken jullie er zelf iets van dat het drinken van bier wordt gekoppeld aan het mannelijke?

Do en Tessel: 'We hebben zelf het idee dat het heel erg aan het veranderen is. Je zal nu niet meer zo snel een biermerk horen adverteren met "wat mannen willen!" Die hoorde je voorheen nog wel eens. Dat is volgens ons wel aan het veranderen. Bierreclames brengen steeds vaker ook vrouwen in beeld die bier aan het drinken zijn. In Amsterdam lopen we misschien nog een beetje voor op de rest van het land dat vrouwen ook bier drinken. In andere gedeeltes van Nederland zullen de meeste vrouwen nog steeds liever wijn of bessenjenever drinken. Daar is nog veel te winnen. Dat zien we zelf op bierfestivals. Daar komen vrouwen die normaliter geen bier drinken, maar dan toch eens bier gaan proberen wanneer ze *Gebrouwen door Vrouwen* zien. Ze maken dan echt hun eerste stapje in de wereld van het speciaalbier en we helpen hen over de drempel om een keer bier te proberen. Ons bier is toegankelijk en tegelijkertijd bijzonder en speciaal, zonder een al te bittere smaak. We denken dat veel vrouwen



En we merkten snel **dat het ook een voordeel is dat wij als vrouwen** onze brouwerij leiden, omdat je daardoor erg opvalt.

door de naam *Gebrouwen door Vrouwen* het meer durven te proberen. We hopen ook dat steeds meer vrouwen ontdekken dat speciaalbier heel lekker is en dat er altijd wel eentje tussen zit die je lust.'

Hoe ziet jullie personeelsbestand eruit?

Do en Tessel: 'Voor de bar solliciteren regelmatig mannen en daar werken op het moment ook een aantal mannen. Het personeel op het kantoor werven we altijd mensen via sollicitaties, maar daar zitten nooit mannelijke kandidaten tussen, alleen vrouwen. En we vinden het ook wel goed dat *Gebrouwen door Vrouwen* een *all-female* bedrijf is. Misschien dat er ooit een man bij komt, het is niet zo dat ze hier niet mogen werken.'

Hoe ziet jullie klantenbestand eruit?

Do en Tessel: 'Wij verkopen aan horecaondernemers en sinds 2018 verkopen we ook aan Albert Heijn. Toen is ons bier Nederland ingegaan en werden we ook steeds beter landelijk bereikbaar in de horeca. Doordat het in de schappen van de supermarkt lag, leerden meer mensen ons bier kennen, waardoor weer meer mensen in de horeca het oppikten. We zijn in heel Nederland verkrijgbaar, maar onze grootste afnemers zijn de grootste steden en vooral Amsterdam. Met vrouwelijke horecaondernemers hadden we in het begin natuurlijk meteen de gunfactor te pakken. Maar de horeca-wereld is een beetje hetzelfde als de bierwereld, in dat 90% van de eigenaren en managers man is. Dus ondertussen zijn de meeste van onze afnemers mannen. Wij vinden wel dat salesgesprekken stukken makkelijker gaan met vrouwen dan met mannen, omdat zij het gewoonweg zo leuk vinden dat wij als vrouwen bier brouwen. Als we jongere, mannelijke horecaondernemers voor ons hebben, vinden zij het ook fantastisch wat wij doen. Maar we hebben ook wel eens te maken met oudere, wat verstofte horecabazen, die opmerkingen maken als: "moet jij niet een dom blondje brouwen?" Over het algemeen moeten we wel zeggen dat de reacties heel leuk zijn en dat mensen nieuwsgierig zijn naar de naam *Gebrouwen door Vrouwen*.

Soms zeggen afnemers per ongeluk "gebrouwen voor vrouwen" en dan zeggen we duidelijk dat het *Gebrouwen door Vrouwen* is en dat ons bier voor iedereen is. En dat zie je wel aan onze fans die ons bier kopen en drinken: daarvan is de helft man en de helft vrouw. Voor een biermerk wordt ons bier door veel vrouwen gedronken. Maar natuurlijk zijn we blij dat ook mannen voor ons bier kiezen.'

Zijn er dingen die jullie ondernemen om een voorbeeldfunctie uit te dragen naar andere vrouwen?

Do en Tessel: 'We spreken vaak in het openbaar, bijvoorbeeld voor *Jong Schiphol* of *Vrouwen die Bouwen*. Er zijn in veel branches waar minder vrouwen in werken divisies waarbinnen vrouwen zich verenigen en waar wij graag spreken en een bierproeverij organiseren. We hebben in een boek over vrouwelijke rolmodellen gestaan. Het boek stond vol met vrouwen die mannenwerk doen, zoals een politicus en een astronaut, daar stonden wij naast als bierbrouwers.

Die voorbeeldfunctie dragen we graag uit, maar we zijn geen ambassadeur van het één of ander. Wel zijn we groot fan van de organisatie *Free a Girl*. Met hen organiseren we wel eens een actie waarbij we de omzet van onze webshop inzetten voor het goede doel. Samen met *ActionAid* hebben we hier in de loods een *push-up challenge* gedaan. En dit jaar mochten

we tijdens *Gay Pride* met ons barretje op het Stoperaplein staan. Daar stond het *Run the World* waar allemaal vrouwelijke DJ's speelden. We vinden het heel leuk om met dit soort partijen samen te werken en we houden heel erg van de *girl power vibe*. Maar activistisch zijn we niet. De boodschap is echt: "als wij het kunnen, dan kan jij het ook!"

Wat zijn jullie plannen voor de toekomst?

Do en Tessel: 'We zitten erover na te denken om nog een bar te openen in Rotterdam. We merken dat het heel goed werkt voor de promotie van het merk door het gevoel van *community*, de gezelligheid en de beleving van het merk zelf dat in een bar samenkomt. We zitten te kijken of we export kunnen doen naar het buitenland, dus we moeten een internationale naam verzinnen, want *Gebrouwen door Vrouwen* is veel te Nederlands – *Brewed by Women* is te saai en *Brewed by Bitches* is weer too much. De afgelopen jaren stond groei heel erg centraal, nu zijn we ons meer aan het richten op het behouden van klanten en onze relevantie met het oog op de markt. Die verandert weer van de speciaalbier hype zonder grenzen naar nadruk op kwaliteit. Maar het allerbelangrijkste is dat we allemaal samen plezier hebben aan ons werk. Dat houden we als missie.' ○



Schoenmakerij Sole als een

safe
space

Toen Femke Dix op aanraden van haar moeder een dagje meeging lopen met een schoenmaker, wist ze het meteen: ze wilde zich alles over zijn vak eigen maken. Na haar opleiding kocht Femke diens schoenmakerij in Hilversum over en doopte het *Sole*. Als vrouw krijgt ze weleens te maken met negatieve opmerkingen, maar zowel in haar winkel als daarbuiten gaat zij dat tegen met positiviteit, *community*, en passie voor haar werk - waarmee ze ook hoopt om het ambacht te bewaren.

DOOR JASMIJN GROOT

Hoe ben je in het schoenmakersvak terecht gekomen?

Femke: 'In 2016 studeerde ik af aan mijn eerste opleiding fotografische vormgeving. Tijdens mijn studie had ik een bijbaantje bij een *refurbishment* bedrijf in telefoons en computers. Daarna ben ik om me heen gaan kijken om te zien wat ik dan zou kunnen doen. Mijn moeder maakte altijd zelf lederwaren, zoals sandalen. Ze zocht eens voor een sandaal nog een stukje zool om die af te maken. Daarvoor kwam ze bij een schoenmaker in Hilversum terecht, met wie ze begon te kletsen. Hij was benieuwd wat ze allemaal met dat materiaal ging doen. Op een gegeven moment vroeg hij haar of ze interesse had om het schoenmakersvak te leren, want hij wilde ook graag zijn zaak verkopen. Mijn moeder zei dat het niks voor haarzelf was, omdat het werken met lederwaar echt een hobby is. Maar ze zei dat haar dochter het misschien wel leuk zou vinden - ze kent me erg goed. Tegen mij zei ze dat het een heel aardige man was en dat ik maar eens met hem mee moest lopen. Ik vond het wel goed, want ik had toen toch niets te verliezen. Dus ik ben bij hem naar binnengegaan, de machines gingen aan, en ik was eigenlijk meteen om. Ik dacht: "ik wil alles weten van wat hij hier aan het doen is."

'Ik was meteen super enthousiast over het vak: ik wilde alle kennis tot me nemen, ik wilde de opleiding tot schoenmaker volgen, en ik wilde de zaak van hem overnemen. Maar hij vroeg toen de hoofdprijs voor zijn zaak en dat kon ik me niet

veroorloven. Ik was ook net afgestudeerd en had alleen maar een bijbaantje. Omdat de schoenmaker in Hilversum de schoenmakersopleiding niet had gevolgd, ben ik in dienst gegaan bij een schoenmakersketen bij mij in de buurt in Amsterdam, die mij aanboden om de opleiding tot schoenmaker in Utrecht te volgen naast mijn werk.'

Hoe is Sole tot leven gekomen?

Femke: 'De opleiding duurde voor mij anderhalf jaar (normaliter duurt het twee jaar) en ik heb twee à drie jaar gewerkt bij de schoenmakersketen. Toen wilde de schoenmaker in Hilversum toch graag zijn zaak verkopen en hij kwam bovendien met een aanbod wat voor mij veel gunstiger was. Ik wist zeker dat ik ervoor moest gaan en wilde deze kans zeker niet laten liggen.'

'We zijn een prijs overeengekomen. Het was wel maart 2021 en we zaten dus middenin COVID. Dat vond ik wel even spannend. Tegelijkertijd dacht ik wel weer "wat heb ik nou te verliezen?", want wij mochten als schoenmakers gewoon doorwerken en we hadden bepaalde maniertjes gevonden om klanten toch te woord te kunnen staan. Het was een heel rustige start. Maar ik heb het geluk gehad dat ik een deel van het

ijn ouders kon
mezelf verder
kken, samen
en familie. Ik
eld de moge-
etalingsuitstel-
met de verhuur-
eval we weer
a met een
own. Na de
d het steeds
nensen weer
urfden te
landizie werd
jk alleen maar

e als een rijf?

inderdaad een
jf. Inmiddels
e stagiaires
aarvan hebben
om iets anders
zij zijn in de
n de schoe-
gaan werken.
ds vorig jaar
akken, die
oensdag en de
n wel op zoek
nsen die het
llen leren, mij
n helpen en
zelf willen
men. Want we
schoenmakers
oeder is mijn
orter en zij
. Ik maak
us zij opent
vrijdagoch-
l, zodat ik wat
nnen. Naast
gezien dat dit
t, helpt ze mij
zaak te

Wat waren de reacties van klanten en omstanders toen jij de schoenmakerij had overgenomen en dus niet langer de oude vertrouwde schoenmaker achter de toonbank stond, maar jij?

Femke: 'Ik heb zoveel dingen gehoord! "Is die meneer er niet meer?" bijvoorbeeld, die is vaak langsgekomen. Ik had me online in een Facebookgroep voor schoenmakers voorgesteld, waar iemand het lef had om te reageren met "ach meisje, dat gaat je toch niet lukken!" Ik zit nog in die groep, maar ik post niks meer, daar krijg je alleen maar negativiteit van. Een paar weken geleden hadden we ook een vrouw in de winkel die ervan uitging dat mijn collega de eigenaar is. Hij is wat dat betreft heel erg scherp en zei met gemak "mevrouw, ik werk hier gewoon, zij is de eigenaar" en "als u moeilijke vragen heeft, zij weet hoe alles in elkaar steekt en je kunt bij haar terecht." He's got my back in dat soort situaties. Want je voelt het toch als mensen er zomaar vanuit gaan dat hij de eigenaar is. Inmiddels merk ik dat de meeste mensen in Hilversum wel weten dat Sole van mij is en dat ik bij de schoenmakerij hoor.'



Ik had me online in een Facebookgroep voor schoenmakers voorgesteld, waar iemand het lef had om te reageren met **'ach meisje, dat gaat je toch niet lukken!'**

"Toen ik voorheen nog in Amsterdam werkte, kreeg ik heel veel vervelende opmerkingen, zoals "weet jij wel hoe dit moet?" Het gebeurde ook heel vaak dat klanten langs me heen praatten tegen mijn mannelijke collega. Ze dachten dan dat ik een kassamedewerkster was. Dat heeft soms heel rot gevoeld, omdat ik hen op dat moment met mijn goede gedrag aan het helpen was, maar ze negeerden mijn blikken compleet en praatten met een man die achter mij stond, die bovendien helemaal geen oog voor hen had."

"Er is wel een voordeel aan het hebben van mijn eigen zaak in Hilversum ten opzichte van mijn werk voor een baas in schoenenmakerijen in Amsterdam, en dat is dat ik nu het gezicht ben van mijn eigen winkel, waar ik natuurlijk heel erg trots op ben en wat ik uitdraag. Dus overal waar ik ben: ik ben voor mensen bij voorbaat al de eigenaresse van Sole. En dat maakt wel een verschil wanneer je mensen tegenover je hebt in je eigen zaak dan wanneer je ergens in dienst werkt, heb ik zelf gemerkt. Maar dit was alweer een aantal jaar geleden, dus laten we hopen dat het in 2024 anders in elkaar steekt."

Wordt de schoenmakersbranche uit jouw eigen ervaring nog gedomineerd door mannen?

Femke: "Jazeker, ik denk dat maar 10% van de schoenmakers in Nederland vrouw is. En dat is misschien nog naar boven geschat. Zelf ken ik maar drie andere vrouwen die ook schoenmaker zijn. Als je naar dagen speciaal voor de schoen-

makersbranche gaat, dan zie je alleen maar mannen. Zij nemen hun vrouwen en dochters mee, wat het totaal aantal vrouwen een beetje opkrikt."

"Ik probeer wel altijd bij dit soort evenementen te zijn, om op de hoogte te blijven over nieuwe dingen en om je collega's te zien. Ik ben zelf ook heel erg voor *community*, dus ik wil er heel graag voor zorgen dat we als schoenmakers samenkomen. Van oudsher is dat niet zo. Je gaat bijvoorbeeld niet een andere schoenmaker vertellen hoe jij dat ene hakje hebt bevestigd, want dat is jouw trucje. Wanneer een andere schoenmaker dat dus wist, dan gingen de klanten naar hen toe in plaats van naar jou. Zeker nu vind ik juist dat we met elkaar moeten verbinden. Ik weet bijvoorbeeld heel veel van sneakers, maar een collega in Eemnes weet weer heel veel van laarzen af. Zodoende heb ik een WhatsApp-groep aangemaakt met inmiddels 25 andere schoenmakers (waarvan helaas maar drie vrouw zijn) waar we informatie met elkaar kunnen delen: wat we goed hebben gedaan, welke missers we hebben gemaakt, en daar een positieve benadering toepassen. Want als we allemaal op ons eigen eilandje blijven zitten, dan kunnen we ons vak niet verder uitbreiden, of zelfs behouden."

Heb je jezelf bij het openen van Sole speciaal gericht op vrouwelijke klanten?

Femke: "Ik heb me niet specifiek op vrouwen gericht, maar ik merk wel dat ze graag naar mij toe komen. Want ik heb een aantal klanten die heel mooie, speciale schoenen hebben. Ik heb zelf dan aan een halve uitleg genoeg als ze zeggen: "wees asjeblieft heel erg voorzichtig" of "dit zijn echt mijn lievelings-schoenen." Zeker in dat soort gevallen werk ik misschien even wat geduldiger dan zij gewend zijn, dan wat ze verwachten bij andere schoenmakers."

"Wat ik ook heb gemerkt is dat mensen uit de *queer community* graag naar mij toekomen, omdat ze weten dat ik discreet ben – niet alleen met hun schoenen, maar ook met wie zij zijn: ze weten dat ik niet oordeel. Ik ben zelf *queer* en ik vind het alleen maar fantastisch dat heel lange, grote mensen het voor elkaar krijgen om op heel hoge hakken te lopen. Maar er is af en toe wel eens schaamte wanneer deze mensen bijvoorbeeld grote maten hebben en de schoen passend willen maken of wanneer er een hakje kapot is. Het is dan niet leuk om naar een schoenmaker te gaan die daar een oordeel over heeft. Het is juist veel leuker om naar een schoenmaker te gaan die vrij is van

oordeel en die het nog leuk vindt ook om zulke schoenen te repareren. Dus dat zijn specifieke groepen waarvan ik weet dat zij het prettig vinden om naar mijn winkel toe te komen met speciale items. En ik ben blij dat dit een plek is waar mensen zichzelf kunnen en mogen voelen."

Schoenmakerij Sole als een safe space...

Femke: "Ja, dat *Sole* een *safe space* kan zijn, in het bijzonder voor mensen die het misschien lastig vinden om een bepaalde vraag te stellen of uit te leggen hoe ze het precies willen hebben. Sommige klanten hebben mij verteld dat ze liever naar mij toe komen, omdat een andere schoenmaker niet begrijpt wat ze willen. Ik vind het fijn om daar mijn tijd voor te nemen."

"Dit is trouwens allemaal niks ten nadele van mijn collega's. Het is meer het luisterend oor en het geduld dat je laat zien. Misschien ben ik als vrouw zachter, ofzo. De meeste schoenmakers die mensen kennen gaan wat grover te werk. Ik kan zelf ook recht voor zijn raap en kortaf zijn, maar ik neem de tijd om te luisteren naar wat je precies wilt hebben. Tegelijkertijd kan ik heel goed snappen waar het vandaan komt. Als je een berg schoenen in je nek hebt hijgen en iemand komt met een heel lang verhaal, dan kan ik ook denken: "afroeden en doorgaan, *let's go!*" Maar die persoon komt ook gewoon diens verhaal doen – om het maar te stellen vanuit het motto van *Sole: every shoe has a story*. Ik sta open voor die verhalen en ik deel die verhalen heel graag. Maar soms kan je het niet helpen dat je de druk van die schoenen achter je voelt en de hoeveelheid reparaties die je nog moet doen."

Ze weten dat ik niet oordeel. Ik ben zelf *queer* en ik vind het alleen maar fantastisch dat heel lange, grote mensen het voor elkaar krijgen om op heel hoge hakken te lopen.

Tegelijkertijd zie ik liefde voor schoenen in populaire cultuur vaak geassocieerd worden met het vrouwelijke. Wat is jouw visie daarop?

Femke: 'Het is inderdaad wel grappig dat je vaak hoort dat het vrouwen zouden zijn die van schoenen houden en dat het de mannen zijn die ze repareren. Maar zo zie ik het niet. Want de ene keer heb ik een meneer in de winkel die trots vertelt over de vijftig paar schoenen die hij thuis heeft liggen. Een andere keer is het een vrouw die de echte schoenenliefhebber is. Ik zie ook dat de verdeling anders is geworden met sneakers. Zeker met dat type schoen zijn er veel mannen en jongens die heel veel schoenen hebben. Maar uiteindelijk moet ik met alle schoenen voorzichtig omgaan, van mannen als vrouwen.'

Welke dingen onderneem jij om het schoenmakersvak aantrekkelijker te maken voor de volgende generatie jonge vrouwen?

Femke: 'Twee dagen geleden ben ik benaderd om het bestuur van de schoenmakersvereniging in te gaan. Dat bestuur wordt op het moment gerund door een vrouw, dus dat is wel weer heel gaaf. En er is naast mij nog een andere bijgekomen, dus daarmee hopen wij daar ook wat meer *girlpower* te genereren.'

'Waar ik zelf heel erg mee bezig ben is *social media*. Via die weg probeer ik de jongeren te bereiken. Op het moment zijn het voornamelijk foto's van mijn werk die ik laat zien en korte filmpjes op Instagram. Maar in de toekomst wil ik graag iets meer doen. Zo zou ik graag meer willen doen op TikTok, want daar zitten de echt jongere generaties het meest. Voor mijn opleiding hebben we ook niet al te lang geleden nog een filmpje opgenomen. Daarin zie je een docent en een leerling op de opleiding en er heeft een filmploeg bij mij in de zaak gefilmd. Het filmpje is speciaal gemaakt voor de opleiding en ik vind dat het een heel frisse uitstraling heeft gekregen. De filmpjes van vroeger die doen het niet zo goed bij jongeren, maar ik vind zo'n casual filmpje een heel goeie manier om hen te overtuigen het vak wel te gaan doen. Dus op die manier ben ik daar mee bezig.'

Zijn er bij dat soort projecten dan ook voornemens vanuit derde partijen om specifiek vrouwen aan te spreken?

Femke: 'Nee, ik denk dat het vanuit de opleiding bijvoorbeeld niet echt de insteek was. Ik denk dat ze gewoon überhaupt een filmpje wilden, want ik was in 2018 maar 1 van 2 mensen die van de opleiding afstudeerde. Er zijn al heel weinig

schoenmakers - nog minder zijn er vrouw natuurlijk - dus ik denk dat het filmpje is gemaakt om mensen in het algemeen voor de opleiding te trekken. Als er dan jongeren én vrouwen op af komen, dan is dat natuurlijk alleen maar een pluspunt.'

'Toen ik zelf aan de opleiding begon, zaten we overigens met vier dames en drie heren. Er zijn van ons uiteindelijk maar twee overgebleven, inclusief mijzelf. Maar de opleiding wordt wel goed bezocht door vrouwen, dat is leuk om te zien.'

Wat zijn je plannen voor de toekomst?

Femke: 'In de toekomst hoop ik nog steeds veel liefde en plezier te hebben met wat ik doe. Maar wat ik ook heel graag wil is om een fysieke en financiële ruimte te hebben om mensen op te leiden. Idealiter zouden we iemand in dienst nemen voor vier dagen per week, die dan één dag per week de opleiding doet. Maar de meeste schoenmakers hebben daar het geld niet voor. Dus ik hoop dat er meer wordt gezien dat dit vak en alle andere ambachten en heel belangrijke toevoeging zijn aan deze maatschappij. Het zou fijn zijn als er financiële ruimte vrij komt om mensen op te leiden. Want ik wil het overdragen, ik wil dat het vak blijft bestaan.' ○