

Masters to Watch

# Hein van de Laar

## Founder Lume Traveler

Fotografie John van Helvert | Tekst Bart-Jan Brouwer

**ZILVEREN KOGEL** | “Mijn basis wordt gevormd door interieurbouw en de liefde voor mooie dingen, van auto’s tot boten. Ik was nooit onder de indruk van het design van caravans, met als uitzondering de typische aluminium modellen met klinknagels van het Amerikaanse Airstream. Ik zag het als een uitdaging om zo’n zilveren kogel mooier in te richten. Maar dat bleek weinig zinvol, omdat de Airstream aan andere eisen heeft te voldoen om de weg op te kunnen dan in Europa gelden. Op een ochtend stapte ik onder de douche vandaan en dacht ik: ik ga gewoon zelf een model ontwikkelen. Ik vond dat het een gat in de markt was, want de andere caravans zijn voor mij allemaal hetzelfde, van binnen en van buiten. Mensen rijden graag een mooie auto, maar willen daar dan niet zo’n witte doos aan hangen. Dat moet toch beter kunnen? Ik ben schetsen gaan maken, met mooie rondingen erin verwerkt, en vervolgens gaan samenzitten met een tekenaar. Dan volgt een heel traject om het maakbaar te maken. Gaandeweg kwamen we tot een prototype, waarin state-of-the-art design werd gecombineerd met stoere eenvoud en moderne techniek. Hiermee zijn we op de Caravan Salon in Düsseldorf gaan staan. Daar werden we zo warm onthaald en kregen we zulke lovende reacties! Dat stimuleerde om ermee verder te gaan.”

**COMFORT** | “Eigenlijk introduceren we met de Lume Traveler een legende: een exclusief premium Dutch Design camper, maar dan met de voordelen van reizen met een losse auto. Niet alleen de vorm wijkt af van de reguliere caravan, ook het materiaalgebruik. Het ziet eruit als aluminium en dat is het ook. Het hout is echt hout, het glas echt glas. Mijn budget is niet eindeloos, dus er kwamen aandeelhouders bij. Die hebben niet alleen financieel, maar ook een hoop kennis ingebracht. Zo ontstond het idee om enkele modellen te standaardiseren, want dan konden we op voorraad bouwen. Omdat de caravan zwaarder is dan 750 kilogram zit er een typegoedkeuring op, zodat er in heel Europa een kenteken voor kan worden aangevraagd. De naam is een verwijzing naar aluminium, naar licht en in het Armeens betekent het ‘wereld’. Een Lume staat voor genieten van het buitenleven met het comfort van een hotelkamer. Vaak kom je gebroken thuis als je bent wezen kamperen. Met de Lume heb je dat niet. Daar liggen dikke, volwaardige matrassen

in – je slaapt beter dan thuis. Er zit een comfortabele wc in, een airco... Een ander speerpunt is het dak dat openvouwt als een cabriolet, zodat je vanuit je bed de sterrenhemel kunt zien – een méér-dan-vijfsterren-ervaring! In de Lume ben je zelfvoorzienend en je hebt je eigen hygiëne, ook heel belangrijk in deze tijd. Hij heeft een buitendouche, compleet met douchegordijn. En ook koken doe je in de buitenlucht: als je de achterklep met een druk op de knop omhoog doet, komt een keuken tevoorschijn met vier bovenkastjes voor servies en glaswerk, twee grote onderkasten, drie PITT Cooking-gaspitten, een 40 liter koelkast en een gasaansluiting voor de barbecue.”

**ONDERNEMERS** | “We hebben twee versies gemaakt: de LT360 en de LT540, waarbij de getallen de lengte van de caravan weergeven. Van de LT540 bestaat ook een Nordic-variant, met de keuken binnen. Dit om tegemoet te komen aan mensen die graag naar bergachtige en noordelijke gebieden als Scandinavië reizen, waar het kouder en natter is. De LT540 is hoger dan de LT360, met mijn lengte van 1.98 meter kan ik er rechtop in staan. Dat model, het neusje van de zalm, neem ik mee naar MASTERS EXPO. Ik verwacht daar vooral veel veertigplussers en ondernemers op de stand; dat is toch wel onze doelgroep, zo blijkt. Het zal in de toekomst niet bij deze twee maten blijven. We krijgen aanvragen uit de hele wereld, waaronder de VS. Dus het ligt voor de hand dat er eens een op de Amerikaanse markt gericht model aan het gamma wordt toegevoegd. Ik zie het als een compliment dat de Amerikanen interesse tonen in een product dat geïnspireerd is op hun eigen Airstream. Zelf speel ik ook met het idee van een camper, maar voorlopig blijft dat in de ijskast. Voor nu focussen we ons op caravans, binnen Europa. Heel bewust willen we nog niet ver van huis leveren. We zijn een jong bedrijf en willen binnen 24 uur bij een klant kunnen zijn, mochten zich problemen voordoen. Ons afzetgebied bestaat uit Nederland, België en, onze belangrijkste markt, Duitsland. Volgend jaar hoop ik daar Engeland aan toe te voegen. En ja, uiteindelijk willen wij voet aan de grond krijgen in de VS, zodat we de wereld een klein beetje mooier kunnen maken op de weg.”

LUMETRAVELER.COM



- ✓ AANTAL WERKNEMERS: 12, INCLUSIEF ZZP'ERS
- ✓ PRIJS LUME TRAVELER: LT540 VANAF 95.500 EURO, LT360 VANAF 59.500 EURO
- ✓ AANTAL LEVERINGEN EERSTE JAAR, 2020: 9 STUKS
- ✓ VERWACHTE AANTAL LEVERINGEN 2021: 25 STUKS

“De andere caravans zijn voor mij allemaal hetzelfde, van binnen en van buiten. Mensen rijden graag een mooie auto, maar willen daar dan niet zo’n witte doos aan hangen. Dat moet toch beter kunnen?”

Masters to Watch

# Kenneth Alting

Oprichter-eigenaar Honders/Alting Makelaars

Fotografie John van Helvert | Tekst Bart-Jan Brouwer

**HOGERE SEGMENT** | “Ik kom uit Zeeland en ben in 2000 voor de liefde in Oosterwijk komen wonen. In datzelfde jaar ben ik bij dit kantoor aan de slag gegaan, aanvankelijk in loondienst. Het had evengoed een andere plaats in Brabant kunnen zijn, maar ik ben o zo blij dat het Oosterwijk is geworden. Want wie Oosterwijk kent, zal beamen dat het een van de leukste dorpen van Brabant is. In 2004 kreeg ik de gelegenheid aandeelhouder en medenaamgever te worden van ons kantoor. In die tijd waren we een allround makelaarskantoor – we pakten alles aan. In 2005, 2006 gingen we nadenken over de toekomst van makelaardij. Funda werd sterker en er waren steeds meer technologieën die de toegang tot de woningmarkt laagdrempeliger maakten. Het aanbod werd makkelijker gevonden, er kwamen meer collega's bij, de marges kwamen onder druk te staan. Wij stelden ons de vraag: wat moeten we doen om het verschil te maken? Wij dachten er goed aan te doen door ons toe te leggen op de bovenkant van de markt. In dat segment hadden we al een behoorlijk marktaandeel en de locatie waar we zitten, werkte mee. In 2008 zetten we vol in op dat hogere segment. En toen ging het licht uit... De timing kon niet slechter. Veel collega's verklaarden ons voor gek: er gaat toch nooit meer iemand een woning van meer dan een miljoen kopen? Wij hebben altijd het geloof erin gehouden. Een woning is geen bederfelijke waar, die moet een keer verkocht worden. Ook al is het voor minder geld.”

**HOOGETPUNT** | “Het was een spannende tijd. We werden gedwongen om kritisch naar onze bedrijfsvoering te kijken en weer innovatief te worden. Als een van de eersten zijn we heel erg gaan inzetten op social media en waarde gaan hechten aan styling en goede vastgoedfotografie. Immers: een eerste indruk maak je maar één keer. Daarnaast waren we behoorlijk vooruitstrevend met het maken van videoclips rondom een woning. Exclusieve huizen vergen een exclusieve aanpak. Hoogtepunt was wel de film die we in 2016, 2017 gemaakt hebben voor Landgoed De Wielewaal, dat van 1934 tot 2005 is bewoond door wijlen Frits Philips. Dat filmpje is mondiaal viraal gegaan. We zijn twee weken trending geweest op YouTube, hebben elk nieuwsitem op televisie, krant en radio gehaald, werden zelfs benaderd door *The New York Times* en *The Moscow Times*. Ineens was Honders/Alting bekend. De Wielewaal is met 45 miljoen het duurste project in Nederland dat te koop staat. Het landgoed ligt midden in de stad, dus voor de gemeente moet het best wat waard zijn om daar iets mee te doen. Op Airport Eindhoven mag na

elf uur 's avonds niet meer geland of opgestegen worden, dat heeft Frits Philips ooit bedongen. Als de luchthaven meer vliegreuen wil, moet die restrictie eraf. En dat kan alleen als je het landgoed in handen hebt. De gemeente zou een fantastische partij zijn om dat te ontwikkelen. Al zou maar een derde van de 150 hectare voor woningbouw worden gebruikt, dan kun je zo duizend woningen bouwen en blijft er nog altijd 100 hectare park over. Een park dat nu niet toegankelijk is, maar waar dan de hele gemeenschap profijt van zou kunnen hebben.”

**LOCATIE** | “De exceptionele woningmarkt, met een prijs vanaf 3,5 miljoen, gaat momenteel buitengewoon goed. In de eerste helft van 2021 hebben we in dat segment zo'n twintig transacties gedaan, terwijl dat er een jaar of vijf geleden vijf of zes op jaarbasis waren. Ons valt op dat de trend exclusief is: het moet exceptioneel en niet-reproduceerbaar zijn. De superlatief der superlatieven. De grootste, de veiligste, de duurste... Dát. En ik sluit niet uit dat mensen in dit segment een woning van dit kaliber niet uitsluitend voor zichzelf kopen. Ze willen ook wel een beetje pronken met hun succes. En doen we dat niet allemaal? Of het nu je huis, je auto of je kleding is: *moet je kijken wat ik heb!* Bij de koop van een huis is de locatie verschrikkelijk belangrijk; je wilt niet aan de 'verkeerde' kant van het spoor wonen. Daaraan proberen wij te raken: wat is nou echt je droom? En laten we dan op zoek gaan om te kijken of we die kunnen vervullen. Puur maatwerk. We zijn momenteel bezig met *the next step*: het creëren van samenwerkingsverbanden en Honders/Alting meer een platform laten zijn voor exclusief aanbod in Nederland maar ook daarbuiten. Zo hebben we veel samenwerkingen in België, Zwitserland en Curaçao. Honders/Alting wil de spin in het web zijn, hét label waar je naartoe gaat als je bijzondere woningen zoekt of aan te bieden hebt. Stip op de horizon? Wij hebben de ambitie om onze positie in het zuiden van het land nog meer te versterken als dé speler voor de bovenkant van de markt. Daar ligt onze kracht, daar hebben we de beste contacten. Zo zijn we nu in Eindhoven hard aan het groeien, onder meer door de verkoop van een nieuwbouwproject met internationale allure. Inmiddels hebben wij ook een kantoor in Den Haag, Utrecht, Den Bosch en Eindhoven. Woon je in Utrecht en wil je naar het zuiden verhuizen, dan hoef je niet naar Oosterwijk maar ga je naar onze vestiging daar. Die kantoren zou ik de komende vijf jaar meer body willen geven.”

HONDERSALTING.NL.NL

- ✓ AANTAL WERKNEMERS: 11
- ✓ DUURSTE OBJECT: 45 MILJOEN, LANDGOED DE WIELEWAAL
- ✓ PORTEFEUILLE: CA. 125 OBJECTEN
- ✓ VERWACHTE OMZETGROEI 2021: 20%

“Ons valt op dat de trend exclusief is: het moet exceptioneel en niet-reproduceerbaar zijn. De superlatief der superlatieven. De grootste, de veiligste, de duurste... Dát”



Uit de portfolio van Honders/Alting Makelaars: Beukenrode, George Perklaan 7, bouwjaar 1900, vraagprijs 2,8 miljoen.

“Als mensen hier binnenkomen, zie je ze denken: wauw! Het is alsof je een hotellobby binnenloopt in plaats van een tandartspraktijk. En zo word je ook behandeld. Bij ons ben je geen nummer”

In de lounge van Lassus-locatie Stadionplein in Amsterdam.

- ✓ AANTAL WERKNEMERS: 500
- ✓ AANTAL SPECIALISTEN & BEHANDELAREN: 120
- ✓ CLIËNTEN: 150.000
- ✓ JAARLIJKSE OMZETGROEI: 33%

Masters to Watch

# Bastiaan Ruizeveld de Winter & Frans Story

CEO en COO Lassus Tandartsen

Fotografie John van Helvert | Tekst Bart-Jan Brouwer

**TORPEDO** | Bastiaan: “Op mijn zeventiende had ik één droom: ik wilde mijn eigen schip hebben. Dus het werd de koopvaardij of de Koninklijke Marine. Ik koos voor de laatste en begon met de onderzeedienst. De eerste twee jaar heb ik boven op een torpedo geslapen, na tien jaar was ik commandant van mijn eigen onderzeeboot. Op een gegeven moment had ik de behoefte om leiding te geven aan grotere groepen. Via een recruiter kwam ik bij Bergman Clinics terecht als vestigingsdirecteur van een kliniek in orthopedie. Daar had ik de leiding over 22 chirurgen en 300 man personeel. De volgende stap in het carrièrepad bij Bergman Clinics zou het aansturen van een divisie van 1.200 man zijn. Ik was toen al in gesprek met Thomas Rietrae, rasondernemer en eigenaar van Lassus Tandartsen. Zijn bedrijf was enorm gegroeid en hij zocht iemand zoals ik. Ik stapte erin, maar merkte al snel dat het ook te groot was voor mij alleen. Daar komt Frans in het verhaal. Hij zat in de gehoor-industrie en was heel erg gericht op hospitality, wat wij bij Lassus ook zeer belangrijk vinden. Hij kwam bij de club en stuurt als operationeel directeur alle vestigingen aan. Daardoor kan ik me meer focussen op kwaliteit, HR en grote projecten.”

**HOOFDLETTER Z** | Bastiaan: “We zijn een service-bedrijf voor tandartsen, met twee soorten cliënten: de mensen die wij mogen verzorgen en de tandartsen, vaak zzzp'ers. Wij zorgen dat zij een goed gefaciliteerde kamer hebben en de allernieuwste state-of-the-art apparatuur tot hun beschikking staat. Daaronder een freesapparaat waarmee we in een kwartier tijd een kroon kunnen slijpen, zodat je als cliënt niet dagen op je nieuwe kroon moet wachten. En we nemen de administratie, facturatie en alles eromheen op ons, zodat de tandarts zo veel mogelijk tijd een-op-een met de cliënt heeft. Wij ontzorgen de tandarts zodat de cliënt de beste zorg kan krijgen. Met een hoofdletter Z.” Frans: “Momenteel hebben we twaalf vestigingen, waarvan vijf high-end: grote praktijken waar we zowel algemene tandheelkunde als specialisaties aanbieden, waaronder mondhygiëne, tanden bleken, implantologie, endodontologie, facings en het plaatsen van klikgebitten, kunstgebitten en beugels. Naast deze tandheelkundige behandelingen bieden we complementaire specialisaties aan waaronder kaakfysio, voeding & lifestyle en accupunctuur. Het is onze ambitie om op termijn in alle provinciehoofdsteden een vergelijkbare praktijk als hier te hebben: met minimaal tien kamers, waar we alle specialisaties aanbieden.”

**VIJFSTERRENSERVICE** | Frans: “Wat uniek is aan Lassus Tandartsen: wij zijn 365 dagen per jaar open. Zelfs 's avonds, in de weekenden en op feestdagen. Waarom? Omdat mensen op momenten naar de tandarts willen dat het hun uitkomt. Zorg moet niet alleen beschikbaar zijn op werkdagen van negen tot vijf. Onze cliëntengroep is heel breed: van ouderen tot kinderen, van ondernemers tot werknemers, en heel veel expats. Die vinden onze organisatie fantastisch. Alsof je bij een tandarts in New York komt: grootstedelijk opgezet, gastvrij, vijfsterrenservice, altijd bereikbaar... Hier voel je je thuis.” Bastiaan: “Die beleving, dat is waarom mensen cliënt bij ons willen worden. Als ze hier binnenkomen, zie je ze denken: wauw! Het is alsof je een hotellobby binnenloopt in plaats van een tandartspraktijk. En zo word je ook behandeld. Bij ons ben je geen nummer. Je wordt niet meteen in de tandartsstoel gezet, maar neemt eerst plaats in een zithoek om een gesprek met de tandarts te beginnen.”

**3D-SCAN** | Bastiaan: “Ons doel is om cliënten te helpen hun gebit hun hele leven lang te behouden. Je wilt als je ouder wordt liever geen kunstgebit. Het behouden van je eigen gebit is ook veel beter voor je kaak, voor de algehele gezondheid. Dat is het uitgangspunt. Het normale verdienmodel is het repareren van gaatjes, wij willen dat voor zijn door een meerjarenplan op te stellen en ons gezamenlijk in te spannen voor een gezond gebit. Het begint met diagnostiek op basis van onder meer röntgenfoto's en een 3D-scan. Met zo'n scan kun je veel beter de stand van de tanden beoordelen, hoe die bewegen en welke slijtage dat met zich meebrengt. Voordat er ook maar iets gebeurt, moet de algehele mondhygiëne op orde zijn en worden bijvoorbeeld oude restauraties vervangen, indien nodig. Het gebit moet eerst gezond zijn. Als de basis staat, wordt er verder gekeken. Staan bijvoorbeeld je tanden wel recht?” Frans: “Veel mensen denken: Lassus is voor de rijken. Maar dat is niet waar, want de tandartstarieven liggen vast in Nederland. Wij rekenen hetzelfde als een tandarts met praktijk aan huis zonder ruime openingstijden, aanbod aan specialisaties en moderne technologie. Natuurlijk kan het behandelplan verlangen dat een cliënt vaker bij ons komt dan de reguliere halfjaarlijkse controle. Dan nog betaalt onze cliënt door de jaren gemiddeld minder vanwege het preventieve karakter van onze zorg. Als jij je gebit gezond houdt, scheelt dat op termijn tandheelkundige ingrepen.”

LASSUS.NL

Masters to Watch

# Peter & Henk Vos

## Oprichters VossenCasas

Fotografie John van Helvert | Tekst Bart-Jan Brouwer

**MOOI NETWORK** | Peter: "Wij komen al dertig jaar in het noorden van Costa Blanca; we gingen daar altijd met vakantie naartoe. Allebei hebben we gemeen dat we het zo'n mooi gebied vinden. Uiteindelijk is Henk er zelfs gaan wonen." Henk: "In 2000 heb ik daar een huis gekocht om de vakanties door te brengen. Het leven is daar zo goed dat mijn vrouw en ik in 2014 besloten er permanent te gaan wonen. Alleen wilde ik er wel wat te doen hebben. Het heeft altijd in mijn hoofd gezeten om iets in de makelaardij te gaan doen, ik kende inmiddels aardig wat mensen daar... Dat bracht ons op het idee om onder de naam VossenCasas landgenoten te begeleiden bij de aan- en verkoop van een woning in Costa Blanca Noord. In eerste instantie hebben we zelf partners benaderd om een samenwerking aan te gaan. Maar al snel werden wij door makelaarskantoren daar gevraagd of wij hen wilden vertegenwoordigen. Waarom: omdat wij op de beurzen staan in Nederland en België en als betrouwbare partners ervaren werden. Gaandeweg ontstond ook vraag naar nieuwbouwwoningen, dus hebben wij eveneens contact gelegd met een aantal bouwbedrijven. Wij werken alleen samen met partners bij wie wij een goed gevoel hebben – geen cowboytoestanden. Wanneer we een huis verkopen, willen we geen gedonder. Onze klanten moeten blij zijn en geen zorgen hebben vanwege afstand of cultuur." Peter: "Zo hebben we een mooi netwerk van betrouwbare partners opgebouwd, wat heeft geresulteerd in een portefeuille van meer dan duizend huizen in ons verzorgingsgebied. Met prijzen tussen twee ton en tien miljoen trekken wij een breed publiek. En wij spreken de taal van al die mensen."

**FLORIDA VAN EUROPA** | Peter: "Wat zo bijzonder is aan Costa Blanca Noord: omdat het wat uitsteekt in zee, heeft het gebied een microklimaat. 's Winters wordt het niet te koud, minimaal 13 à 14 graden, en zomers wordt het niet te heet. Ze noemen het wel het 'Florida van Europa'. Andere pre's: Costa Blanca Noord heeft heel veel groen, een gevarieerd landschap – bergen, kliffen, stranden, baaitjes, valleien, authentieke stadjes – en staat tweede op de WHO-lijst van beste luchtkwaliteit. Het is er aangenaam, het is er mooi, het is er gezond en je kunt er van alles doen: wandelen, fietsen, watersporten, cultuursnuiven, lekker eten en drinken... Het is een concentratie van superdingen bij elkaar. En je ziet in die regio vrijwel geen hoogbouw, er komen geen busladingen toeristen. Het is een andere wereld dan vijftig kilometer verderop in Benidorm. Je komt

er geen dronken toeristen tegen, het is allemaal wat chiquer." Henk: "Bovendien zijn de vastgoedprijzen in Costa Blanca Noord gunstiger dan bijvoorbeeld in Málaga en Marbella. En als je iets verder het binnenland in gaat, worden de prijzen nog lager. Daarbij: stel dat je vijf ton vrij hebt, dan betaal je daar hier 1,2 procent vermogensbelasting over, ofwel jaarlijks 6.000 euro. Koop je voor die vijf ton een huis in Spanje, dan betaal je er daar ongeveer 500 euro vermogensbelasting over. En dubbel heffen mag niet, dus je bespaart sowieso al 5.500 euro per jaar."

**DROOMHUIS** | Henk: "Geïnteresseerden begeleiden we van a tot z. We beginnen met een intakegesprek: wat zijn de wensen en wat is het budget? Men wil vaak zee- of valleizicht en ook 'privacy' staat hoog op menig lijstje. Vervolgens gaan we kijken welke villa's een match zouden kunnen zijn, maken we een voorselectie en organiseren we de bezichtigingen. Met ons team van VossenCasas en de collega's gaan we dan de huizen bekijken. Zit het droomhuis daartussen, dan doen we het volledige verkooptraject en alles wat daarbij komt kijken. Op het moment dat een koop heeft plaatsgevonden, introduceren wij een advocaat: die heeft inzicht bij de overheid en het notariaat, kan nagaan of alles klopt en de vergoeding wel wordt verleend. Ga je in Spanje wonen, dan moet je daar een bank hebben. Wij bevelen er één in Denia aan, waarvan de directeur een Nederlander is. Daar zetten we de klant bij wijze van spreken op de stoep af. Ook regelen we een verhuizer, tuinman, aannemer, klusjesman, interieurdesigner, noem maar op." Peter: "Omdat wij geen grote kantoren hebben of targets die we moeten halen, worden wij niet gepusht om mensen ergens in te duwen. Wij staan dicht bij onze klanten en vinden het leuk om hen te helpen en onze passie met hen te delen. We houden contact met ze, worden vaak voor de borrel of barbecue gevraagd." Henk: "Op MASTERS EXPO tonen we onder meer unieke villa's – one-off's van een architect – in een prijs categorie rond de miljoen. Maar in de Costa del Sol zouden die zo het dubbele kosten. Aangezien er steeds minder plots te verkrijgen zijn, zullen onontkoombaar ook de prijzen in Costa Blanca Noord omhoog gaan. We zouden beursbezoekers dan ook willen aanraden vooral onze stand aan te doen om zich te laten informeren over alle voordelen van een tweede huis in Costa Blanca Noord."

VOSSENCASAS.COM



"Het is er aangenaam, het is er mooi, het is er gezond en je kunt er van alles doen: wandelen, fietsen, watersporten, cultuursnuiven, lekker eten en drinken... Costa Blanca Noord is een concentratie van superdingen bij elkaar"

- ✓ AANTAL PARTNERS: 12
- ✓ AANTAL OBJECTEN IN PORTEFEUILLE: CA. 1000
- ✓ DUURSTE OBJECT: 10 MILJOEN EURO
- ✓ VERWACHTE GROEI 2021: 30%

De tweelingbroers Peter (r) en Henk Vos.

Masters to Watch

# Maikel Horn

Medeoprichter Le Feu Nederland

Fotografie John van Helvert | Tekst Bart-Jan Brouwer

**NIEUWE WERELD** | “Ik kom uit de vastgoedbranche. Daarnaast importeren wij damesmodemerken en hebben we twintig jaar lang de losbladige agenda’s van Filofax verkocht aan 450 dealers in den lande. Door mijn werkzaamheden in het vastgoed ga ik veel interieurbeurzen af. Anderhalf jaar geleden ontdekte ik Le Feu op Maison&Objet in Parijs. Ik was onder de indruk van de bio-ethanol haarden van dit Deense merk en wilde die in eerste instantie voor mijn eigen projecten hebben. Ik was benieuwd wie hun vertegenwoordiger in Nederland was, maar die hadden ze nog niet. Ik zag een enorme potentie in het product en dacht: waarom zou ik het niet zelf gaan doen? Alleen kon ik dat naast al mijn andere activiteiten niet in m’n eentje. Mijn vriendin Lizet Baars viel ook voor het product en wilde het avontuur met mij aangaan. Vervolgens wist ik mijn goede vriend Jur Nederpelt te enthousiasmeren. Na F-16-piloot in het leger en ruim dertig jaar gezagvoerder bij KLM te zijn geweest, was hij met pensioen gegaan, hoewel nog jong en energiek. Jur en ik hebben het samen financieel opgepakt en eind 2019 was de oprichting van JuMa Trading BV een feit. We zijn meteen gaan uitzoeken welke andere landen nog niet in het distributienetwerk zaten. Met als resultaat dat we naast het exclusief importeurschap voor La Feu in Nederland ook de Italiaanse markt bedienen en met partners ter plekke de distributie in Duitsland, Spanje en Portugal verzorgen.”

**BAKFIETS** | “In februari 2020 zijn we voor het eerst met Le Feu naar buiten getreden, op de Ambientebeurs in Frankfurt. Daar hadden we een grote stand met vijftien medewerkers uit alle landen waar wij naar distribueren. We hadden een ongelooflijk goede beurs. Voor Duitsland hadden we 120 à 130 orders binnengehaald, een container hier weggezet, een container daar... Niet te geloven! In maart kwam covid eroverheen en werd 95 procent van alle Europese orders geannuleerd. In één klap was alles weg. Dat gaf ons de tijd om op een andere manier naar de business te kijken. Het idee om de haarden als groothandel via retail en winkels aan de man te brengen hebben we aangepast: we zijn eigen winkels begonnen en hebben daarnaast twee waanzinnige websites gebouwd, één voor consumenten en één voor B2B. We hebben de strategie omgevormd door eerst het merk een merk te maken in plaats van dat je dat bij winkels doet, zoals vroeger traditioneel het geval was. Op initiatief van Jur kwam deze fraaie plek aan Prinsengracht 529 in beeld. Daar zijn we in november 2020 begonnen als tijdelijke pop-up store. De eerste zaterdag dat we opengingen, verkochten we meteen voor 15.000 à

20.000 euro aan Le Feu’s. Er kwamen zelfs klanten op een bakfiets voorrijden: ‘Zet ‘m er maar in.’ Inmiddels hebben we ook in Den Haag een winkel geopend.”

**VALUE FOR MONEY** | “De voordelen van een Le Feu zijn legio. In tegenstelling tot een houtgestookte kachel of open haard is het een milieuvriendelijk product dankzij de brandstof bio-ethanol: een alcohol die wordt geproduceerd uit biomassa, met als voordeel een schone verbranding. Eén liter gaat drie tot vijf uur mee voordat je moet bijvullen, afhankelijk van hoe hoog je het vuur wilt hebben: met een schuif bepaal je de intensiteit. Er is geen rookkanaal nodig, je pakt de Le Feu uit en tien minuten later heb je een open haard in huis. Of op je terras, balkon of in de tuin, want hij is verplaatsbaar. Zet hem neer en je hebt gezelligheid en warmte. En die warmte verdwijnt niet door het rookkanaal naar buiten, die blijft binnen. Dan het minimalistische Scandinavische design, een combinatie van functionaliteit en tijdloze esthetiek. Er zijn meerdere modellen: zwevend door plafondmontage, met muurbevestiging, met poten van eik, beuk of wengé, met stalen poten... Heb je eenmaal een Le Feu gekocht, dan zit je niet vast aan de configuratie. Wil je een hangend model toch liever op poten? Dan draai je hem om. Je kan Le Feu dus op alle manieren gebruiken.”

**VEILIGHEID** | “Het is bovendien een enorme netwerkmarketing voor wat we al doen in onze andere activiteiten. Vergis je niet hoeveel makelaars hier voor een Le Feu komen om hun appartement met open haard aan te kunnen bieden. Wij verkopen ook andere designproducten, zoals luxe brandblussers van het merk Nordic Flame, in verschillende fraaie uitvoeringen. Diverse makelaars geven die als relatiegeschenk bij een verhuurd of verkocht appartement. Die brandblussers hebben overigens niets met de veiligheid omtrent een Le Feu te maken: mocht die onverhoopt omvallen – wat niet zomaar gebeurt, stabiel als die is –, dan krijg je geen plas van bio-ethanol: de brander is van de binnenkant met gaas en wol beveiligd, zodat de bio-ethanol er niet uitloopt en het vuur zich dus niet verspreidt. Kijk, alles met vuur moet je voorzichtig mee zijn natuurlijk. Maar het risico met een Le Feu is minimaal. Internationaal hebben we daar nog nooit een negatief bericht over gehad. De mensen moeten vooral komen kijken op MASTERS EXPO en de Le Feu zelf ervaren: we nemen ons volledige assortiment mee.”

LEFEUFIRES.NL | DESIGNERSHOTSPOT.COM

- ✓ PRIJS LE FEU  
1.755 EURO (ZWART MODEL),  
1.925 EURO (WIT)
- ✓ VERWACHTE VERKOOP 2021  
2.000 STUKS
- ✓ VERWACHTE VERKOOP 2022  
4.000 STUKS
- ✓ VERKOOP 2023  
8.000 STUKS



“Er is geen rookkanaal nodig, je pakt de Le Feu uit en tien minuten later heb je een open haard in huis. Of op je terras, balkon of in de tuin, want hij is verplaatsbaar. Zet hem neer en je hebt gezelligheid en warmte”