

## Het familiebedrijf van de familie Pronk

*“Na 53 jaar bloeit het bedrijf als nooit tevoren.”*

### Nico

Het was 1964 toen de 16-jarige Nico begon met werken bij een timmerbedrijf. Het eerste jaar binnen om deuren en kozijnen te timmeren, het tweede jaar in de buitendienst voor het verbouwen van boerderijen. Bij ditzelfde bedrijf leerde hij Tinie kennen, die daar toen tijdelijk werkte als hulp in de huishouding.



Naast zijn werk onderhield Nico 16 melkkoeien, 10 kippen en een geit bij zijn ouderlijk huis aan de Rijperweg in de buurtschap 't Rijpje. Tot zijn vader ziek werd en vroeg of Nico volledig thuis wilde komen werken. Dit ging toen nog voor kost en inwoning. Zo kwam het dat Nico in de bloemen- en aardbeienhandel terecht kwam. Op het terrein stonden houten kassen vol met eigen teelt. In 1968 nam Nico de zaak over van zijn vader.



Het waren magere jaren. Met als dieptepunt de dag dat hij met 1200 bossen fresia's naar de veiling ging die tot zijn grote verdriet slechts 75 gulden opleverden. Dit dekte toen totaal niet de kosten. Het was een ramp.



Diezelfde week reed Nico door Warmenhuizen en zag dat daar dezelfde bossen voor f 1,50 gulden per bos werden verkocht. Hij kwam thuis en zei tegen Tinie (ze waren inmiddels getrouwd): "We doen het helemaal verkeerd, we moeten de bloemen zelf verkopen!"

Dit had Nico goed gezien. Wat je zelf kweekt mag je namelijk ook zelf verkopen, mét bijverkoop. De verkoop aan huis, met eerst alleen bloemen en later ook (kamer)planten, was officieel begonnen.



## ARIBA

Het begon serieus vorm te krijgen. Tinie stopte met de kraamzorg, de middenstanddiploma's werden behaald en de bloemsierkunstopleiding werd gevolgd. Dat was hard werken én hard studeren, letterlijk dag en nacht. Ondertussen werden Bart en Richard geboren en kreeg het bedrijf met hun komst een mooie naam: ARIBA. De RI van Richard, BA van Bart en de A van kwaliteit en à contant (aangezien vroeger alles nog met contant geld ging).



Het bleef niet bij de verkoop van bloemen en planten. De activiteiten werden uitgebreid met het maken van graf- en bruidswerk, het verkopen op de markt en het aanleggen van tuinen. Tinie hield van groot en moeilijk bloemwerk, dat werd al snel bekend. Ook zag Nico vanwege het vele viswater in de regio markt voor de verkoop van hengelsportartikelen (vissen was en is een grote passie van Nico). Vakanties werden dan ook altijd in Friesland doorgebracht, waar uren gevaren en gevestigd kon worden.

Ook op vakantie gingen de werkzaamheden gewoon door en zelfs de krant werd op de vakantiebestemming bezorgd. Las Tinie in de overlijdensberichten dat er iemand was overleden in het dorp? Dan ging ze richting de zaak om het grafwerk te maken. Zij runde de bloemen- en plantenwinkel, kende elke klant bij naam en wist precies wat hun smaak was. Nico was baas over het tuincentrum. Hij kende de grond in de regio goed en wist welke plant waar en wanneer zou groeien. Samen vormden ze een mooi team.



### **Bedrijf verkocht**

Door een zware storm eind jaren 70 werd een groot deel van de kassen verwoest en daarmee ook een groot deel van de planten die daar stonden. Met bloed, zweet en tranen werd alles opgeruimd en werden er nieuwe (stalen) kassen gebouwd waar snel weer nieuwe planten in gezet konden worden.



Het bedrijf groeide en bloeide. In het hoogseizoen waren er zo'n 30 mensen aan het werk! Het was hard werken voor Nico en Tinie. Uiteindelijk werd het te zwaar, vooral toen Nico bijna een half jaar ernstig ziek in het ziekenhuis lag. Bart en Richard zagen geen toekomst voor zichzelf met het tuincentrum. Bart wilde de techniek in en Richard wilde boswachter worden. Toen daarom begin jaren 80 een voorman alles over wilde nemen, besloten Nico en Tinie het bedrijf te verkopen. Eerst het tuincentrum en een jaar later ook de bloemen- en plantenwinkel.



### **Fabrikant hengelsport**

Nico ging het rustiger aan doen en ging de hengelsport in. Hij kon nu van zijn hobby zijn beroep maken en begon met het kweken van wormen en het produceren van dobbers. Het hele gezin droeg bij. Tinie schilderde onder andere met haar vaste hand de biesjes op de dobbers en van het technisch Lego van zoon Bart werd een dobberlakmachine gebouwd, zodat de dobbers met de juiste snelheid uit het verfblik omhoog werden gelift.

Nico kwam met revolutionaire dobbers op de markt. Hij ontwikkelde zeer fijne baarsdobbertjes, een sleepdobber voor snoeken en een lichtgevende dobber zonder batterij die je alleen voor gebruik aan hoefde te lichten met een zaklamp. Later begon hij met grossieren langs de weg onder de naam WoDo (Wormen Dobbers). Hij kocht voordelig partijen in bij groothandels en bood dit aan bij kleine hengelsport- en dierenspecialzaken. Binnen no-time had hij 52 zaken in zijn klantenbestand.



### **Richard**

Ook Richard maakte werk van zijn hobby. Tijdens een viskamp in Friesland leerde hij alle facetten van het vissen. Hij verkocht dobbertjes en tuigjes op school en later hengelsportartikelen aan huis. Hij ging leren voor zijn middenstanddiploma en de garagebox werd ingericht als winkeltje. Omdat Nico groot en voordelig kon inkopen, werd er een goede marge behaald.



### **Slakken**

In een stuk kas achter de dobberfabriek werd een escargotkwekerij (wijngaardslakken) opgericht, een opkomende markt. Hier werd ontzettend veel tijd en energie in gestoken. De temperatuur, de luchtvochtigheid, het voedsel... alles moest kloppen. Maar net toen de escargotpopulatie op niveau was voor productie sloeg in 1990 het noodlot opnieuw toe.

### **Brand**

In het naburige tuincentrum brak brand uit die oversloeg naar het bedrijf van Nico en Tinie. Zo zagen ze in het holst van de nacht in tientallen minuten hun hele bedrijf in rook opgaan. De familie was verslagen. Na jarenlang hard werken was alles in één klap weg.



## Familieberaad

Bij de pakken neerzitten deden Nico en Tinie niet. De moed werd bij elkaar geraapt en er ontstond een nieuw plan. WoDo werd verkocht en er werd een start gemaakt met een hengelsportspecialzaak. Het nieuwe bedrijf werd steen voor steen opgebouwd. Dit was de start van Nipro Hengelsport (Ni Pro: Nico Pronk). Toen Richard oud genoeg was en de nodige papieren had, kwam hij bij zijn ouders in de zaak werken.







## **Bart**

Ook Bart had het ondernemersbloed door zich heen stromen. In zijn jonge jaren kocht hij bossen bloemen bij een bloemenkweker in de straat en verkocht deze met zijn eigen fietskar langs de huizen in het dorp. Later werkte hij in de dobberfabriek van zijn vader, wat na de brand in het woonhuis plaatsvond. Letterlijk elke vierkante centimeter van het huis werd gebruikt voor de dobberproductie, zelfs de traptreden stonden links en rechts vol met dobbers in wording.

Later ging Bart zijn eigen weg: de MTS Fijnmechanica in Amsterdam en later de HTS Fijnmechanica in Utrecht. Hij heeft 6 jaar gewerkt als constructeur voor een groot telecombedrijf (Lucent Technologies) en veel internationale ervaring opgedaan, onder andere in Amerika en Japan. Daarna werkte hij 5 jaar als instrumentontwikkelaar bij de researchafdeling van Corus (later Tata steel). Ook voor dit bedrijf was Bart veel op reis, tot en met Korea aan toe.



### **Aan de top**

Ook Nico en Richard bleven zich ontwikkelen. Ze zorgden ervoor dat ze meedraiden in de top van de hengelsportcompetities, zodat ze een goede naam konden opbouwen. Dat ging geweldig goed. Niet alleen de prijzenkast kwam vol te staan met trofeeën (Nico slaagde er zelfs tot driemaal aan toe in om Nederlands kampioen baarsvissen te worden), ook vele vissers kwamen naar de hengelsportspecialzaak om zich te laten adviseren door deze hengelsporttoppers.



### **Wedstrijden organiseren**

Om meer binding met de vissers uit de regio te krijgen werden door Nipro regelmatig viswedstrijden georganiseerd. Nipro zorgt ervoor dat er altijd vers aas is, zodat de klanten gebonden blijven aan de winkel. Er is zelfs een ingenieus zoutwaterspoelsysteem ontwikkeld om het zee-aas vers te houden. Om de lokale competities op gang te houden nam Nico deel aan het bestuur van de grootste hengelsportvereniging in de buurt.

## Vuurwerk

In 1997 stopte er een vuurwerkverkooppunt in het dorp. Nico zei meteen: “Die vergunning moeten wij hebben, met vuurwerk komen we de wintermaanden door als de hengelsport stilligt”. Binnen een dag was het geregeld met de gemeente. Samen met een vuurwerkverkoper in Sint Pancras werd een assortiment samengesteld en verdeeld en er werd een opslag gebouwd waar 200 kg vuurwerk in kon worden opgeslagen. Er werd 2 meter hengelsport aan de kant geschoven voor het assortiment vuurwerk. Dit bleek een gouden greep.

De vuurwerkverkoop sloeg aan en al snel moesten er een grotere opslag en showroom komen.



### **Ontwikkelingen**

Ondertussen had Bart geleerd om te programmeren en kon hij zijn broer helpen met een website. De eerste website voor Nipro was nog eenvoudig, maar hij was er. Vooral de pagina 'De vangst van de maand' was erg populair; de klanten van Nipro lieten maar al te graag hun bijzondere vangsten zien.

De business bleef groeien. De hengelsportzaak werd steeds groter en ook de vuurwerkhandel nam toe. Er werd continu gezocht naar unieke handel en daar slaagde met name Richard goed in. De dobberfabriek werd verkocht maar de wormenkwekerij bleef. Vers aas bleef belangrijk voor de binding met klanten. De opslagcapaciteit voor het vuurwerk was inmiddels uitgebreid naar 10.000 kg en uit de hele regio kwamen mensen voor vuurwerk naar 't Rijpje.



### **Samenwerkingen hengelsport**

Richard had zich inmiddels ontplooid als productspecialist op het gebied van hengelsport en bedacht dat er meer uit te halen moest zijn. De inkoopkosten waren hoog, dus werd er gekeken naar mogelijkheden om zelf handel te importeren. Er werd rechtstreeks contact gezocht met fabrieken. Omdat de af te nemen aantallen bij fabrieken in bijvoorbeeld China groot waren, zocht Richard samenwerkingen met vergelijkbare hengelsportzaken in Nederland.

## Select Fishing

Hier kwam een inkoopgroep en eigen merk uit voort: Select Fishing. Door het eigen merk kon er niet gestunt worden met prijzen. Deze strategie werkte en er werden zeer goede marges behaald.

Richard viste zelf veel en wist dus goed waar een product aan moest voldoen. Hij richtte zich dan ook vooral op de producten en Bart hielp met de communicatie met de fabrieken, het artwork en de website. Barts vriendin Bianca (inmiddels zijn vrouw) hielp op haar beurt met de volledige administratie. Nico ging actief op zoek naar nieuwe leden.

Bart en Richard reisden door heel Europa en vlogen regelmatig naar China om de grote hengelsportbeurzen te bezoeken op zoek naar fabrieken en interessante handel. In een deel van de kas werd een showroom ingericht om de gevonden handel te presenteren aan de leden. De opslag vond plaats in de nieuwe loods op 't Rippje. Het werd een succes en containers vol handel kwamen naar Nederland.



## 't Rijperhof

Nico en Tinie zagen dat het goed ging met Richard en de hengelsportzaak en trokken zich terug uit het hengelsportbedrijf. Hun doel was bereikt: een toekomst voor Richard in de hengelsport. Ze hielden al een tijdje de burens (de ondernemers in het tuincentrum) in de gaten waar het niet goed ging. In het tuincentrum hadden een aantal ondernemers elkaar inmiddels al opgevolgd.



In 2000 kocht Nico het tuincentrum terug van de laatste ondernemer die failliet was gegaan. Nico knapte het kassencomplex op en verbouwde het. Zo kwamen zijn vaardigheden als timmerman nog goed van pas! De verschillende ruimten verhuurde hij. Zo kwam er een cadeaushop, een zadelmakerij, een tuinmeubelspecialzaak, een dierenpecialzaak en een tuincentrum. Dit was het ontstaan van 't Rijperhof.

Nico en Tinie hadden een nieuw doel: het centrum op 't Rippje weer laten bloeien en inkomsten voor hun oude dag genereren met de verhuur. Vooral in de beginperiode van 't Rijperhof investeerden Nico en Tinie veel tijd en energie om het nieuwe bedrijf van de grond te krijgen. 't Rijperhof werd het grootste overdekte winkelcentrum van de gemeente Harenkarspel. Met de juiste ondernemers moest dit gaan lukken!



## **Overval**

Alles ging z'n gangetje, tot er in januari 2005 iets vreselijks gebeurde: Nico en Tinie werden op zondagavond gewelddadig overvallen in hun eigen woning. Ondanks alle hulp van de media, een compositietekening en zelfs het programma Opsporing Verzocht zijn de daders nooit gepakt. De angst is nooit meer weggegaan.

## **Pronk Camerabeveiliging**

Na deze gewelddadige overval is Bart zich gaan verdiepen in camerabeveiliging. Dit was het begin van zijn eerste bedrijf: Pronk Camerabeveiliging. Barts doel was om zijn ouders weer een veilig gevoel te geven én winkeldiefstal te voorkomen. Met dat laatste had Richard in de hengelsport helaas te maken gehad.

Het woonhuis werd voorzien van een camerasysteem, waarna de hengelsportzaak en 't Rijperhof al snel volgden. Ook installeerde Bart camerasystemen bij bedrijven in de omgeving. Dit deed hij toen nog naast zijn werk bij Corus. Inmiddels draaien bij de bedrijven en in het woonhuis de laatste generatie IP-camera's die al meerdere malen hun dienst hebben bewezen.

Gepubliceerd: 04-01-2005

Zondagavond omstreeks 19.10 uur is een echtpaar overvallen in hun woning aan de Rijperweg in Sint Maarten.

Twee mannen drongen de woning binnen. De 54-jarige bewoonster werd vastgebonden terwijl haar 56-jarige echtgenoot met een vuurwapen werd bedreigd. Omdat de man vermoedde dat het om een 'nepvuurwapen' ging, verzette hij zich hevig.

Een van de overvallers werd met een hard voorwerp op zijn hoofd geslagen.

De andere overvaller kreeg een harde trap in zijn kruis. Tijdens het gevecht wist de vrouw los te komen en te ontsnappen. Direct hierop maakten ook de overvallers zich uit de voeten. Er werd door hen niets buit gemaakt.

Beide overvallers waren in het zwart gekleed. Zij hadden een stevig en groot postuur en een leeftijd tussen 25 en 30 jaar. Zij hadden zwart sluijk haar en een getinte huid. Beide overvallers leken uiterlijk veel op elkaar.





### **Revolutionair: een webshop voor vuurwerk**

Ondertussen bleef de vuurwerkhandel groeien. Toen er voor het eerst webwinkelsoftware op de markt kwam, kwamen de gebroeders Pronk als een van de eersten met een webshop voor vuurwerk. Dit was allemaal nog redelijk eenvoudig, maar het werkte. De eerste bestellingen kwamen binnen via het internet!

Omdat Richard al een maximaal toelaatbare opslag had, besloot ook Bart een vergunning voor de opslag van vuurwerk aan te vragen. Deze werd toegekend op de Rijperweg 48a. Hiervoor had Bart een perceel grond gekocht in de kas van zijn vader, van precies de grootte die nodig was voor de opslag en verkoop van vuurwerk. Een unieke situatie die werd goedgekeurd! De bunkers met een opslagcapaciteit van 10.000 kg werden eigenhandig gebouwd.



De gebroeders Pronk besloten niet meer mee te draaien op de folders van de vuurwerkleveranciers, maar gingen zelf een folder ontwikkelen. Een folder met een uitgebreid assortiment, eigen acties en een verwijzing naar hun website. Later kwamen de mannen zelfs met een eigen vuurwerkkrant!

### **Eigen vuurwerklijn**

Omdat het importeren van hengelsport goed ging en omdat de broers iets misten op de Nederlandse markt met betrekking tot vuurwerk (ze vonden vooral dat het beter, mooier en voordeliger kon), kwamen ze op het idee om ook zelf vuurwerk te gaan ontwikkelen en importeren.

Ze vlogen met hun ontwerpen naar Hunan, de vuurwerkprovincie van China. Na veel speurwerk en bedrijfsbezoeken vonden ze de fabriek die hun ontwerpen kon realiseren. Met dit vuurwerk konden de broers zich pas echt onderscheiden in de markt.



Nog in datzelfde jaar kwam er een 40-voets container naar Nederland, geheel gevuld met de eigen Pronk Vuurwerk-collectie. Het was een grote investering, maar de gebroeders Pronk hadden uitgerekend dat ze het hier zo'n drie jaar mee konden doen.



Via diverse vuurwerkfora werd hier ruchtbaarheid aan gegeven en in alle lokale kranten was er aandacht voor de eigen vuurwerklijn. Dit sloeg in als een bom. In december van dat jaar kwamen bestellingen uit het hele land binnen en was de inhoud van de container in één klap voor meer dan twee derde verkocht. In januari zaten de mannen alweer in het vliegtuig naar China voor een nieuwe order.



### **Welkoop 't Rijpje**

Met 't Rijperhof ging het helaas minder goed. Door een ernstige ziekte van een van de huurders was Nico genoodzaakt zelf het stuk groen weer op te pakken. Toen bijna alle huurders er om uiteenlopende redenen mee stopten, kwam 't Rijperhof in 2008 stil te staan. Bart, die inmiddels succes had met de vuurwerkhandel, was enthousiast geworden voor het ondernemen en besloot zijn baan bij Corus (inmiddels Tata steel) op te zeggen.

Het plan ontstond om een Welkoop op te starten. De familie Pronk was actief op zoek gegaan naar een franchiseformule die goed zou passen in de regio. Er werd gezocht naar een formule omdat hierbij zoveel zaken geregeld zijn. Denk aan het assortiment, het per stuk in kunnen kopen, de prijzen, acties, winkelinrichting, IT en marketing. Hierdoor kon aandacht gegeven worden aan de klant, waar het tenslotte allemaal om draait. Welkoop voldeed hier precies aan.

Dit kon echter niet plaatsvinden in een kas. Nico besloot nog één keer in zijn leven een grote investering te doen: de kassen werden gesloopt en er kwam een mooi pand voor in de plaats. Bart ging de ruimte huren van zijn vader en met Welkoop werden de ideale winkelindeling en het assortiment bepaald.

Dit werd aangevuld met een assortiment dat goed bij de regio paste. Denk bijvoorbeeld aan koolsnijmessen en kruipbroeken voor de tuinders, kippen voor de hobbyboeren, groenteplantjes voor de moestuiniers en zware windbestendige tuinmeubelen.



Een deel van de kassen bleef staan voor een tuincentrum met een groot assortiment bomen, planten, struiken, potterie en een vijverafdeling. De handen werden wederom flink uit de mouwen gestoken. Een gebroken heup door een lelijke val kon Nico er niet van weerhouden om de graafmachine te bedienen. Er werd gewoon een constructie gemaakt zodat zijn been uit de graafmachine kon steken. Over wilskracht gesproken...





### **Visie**

De familie Pronk was ervan overtuigd dat het tuincentrum én de formule van Welkoop elkaar zouden versterken. Pronks visie was dat het mogelijk moest zijn om de door Welkoop afgegeven prognose minimaal te verdubbelen. De van oudsher goede naam van de familie Pronk, de bekendheid met de regio, de kennis op het gebied van planten en bijbehorende producten, de gedrevenheid van de familie en het hoge servicegehalte zouden hieraan bijdragen. Dit werd het nieuwe doel: de markt terugveroveren en gestaag verder groeien. Het doel van de familie Pronk is inmiddels ruimschoots volbracht: binnen 10 jaar tijd werd het 3-voudige behaald van de bij aanvang afgegeven prognose!

### **Marijke**

Marijke, de (inmiddels) vrouw van Richard, heeft de opleiding Diervverzorging & Veterinaire Natuurgeneeskunde gevolgd in Barneveld. Zij was gedreven en enthousiast en heeft geholpen het bedrijf op te zetten. Haar kennis op het gebied van dieren en ervaring met leidinggeven was een zeer welkome aanvulling. Met Marijke en de familie werd een mooi team samengesteld die bestaat uit gedreven personen met vakkennis. Door middel van opleidingen (verzorgd door onder andere Welkoop) zorgt Marijke ervoor dat het team de juiste kennis en vaardigheden bezit en behoudt.

## Dierenspeciaalzaak en tuincentrum 't Rijperhof wordt Welkoop 't Rippje.

Naast Nipro hengelsport beheert de familie Pronk ook een terrein met een kassencomplex. Deze ruimte werd verhuurd aan verschillende ondernemers die ondermeer een tuincentrum en een dierenspeciaalzaak runde onder de naam 't Rijperhof. Het succes van deze ondernemers was helaas minder succesvol zodat ondernemer Nico Pronk genoodzaakt was het heft weer in eigen hand te nemen.

De komst van oudste zoon Bart in de zaak opende perspectieven. Er is nu gekozen om de zaken grondig aan te pakken.

De kassen zijn gesloopt en deze hebben inmiddels plaats gemaakt voor een hoogwaardig winkelpand, volledig voorzien van een klimaatbeheersinstallatie, een mooie strakke vloer, zachte achtergrondmuziek, en verlichting waarbij het prettig winkelen is. In het winkelpand zal een Welkoopwinkel gevestigd worden. Beneden de rivieren zijn deze winkels ook wel bekend als BoerenBond.

Welkoop is een unieke winkelformule met een uitstekend assortiment producten voor tuin en dier afgestemd op de seizoenen en de behoefte om het buitenleven bewust te

beleven. Daarbij kunnen klanten altijd rekenen op uitstekende service van deskundige en behulpzame medewerkers.

Evenals de BoerenBondwinkels kennen Welkoopwinkels een lange geschiedenis. BoerenBond is beneden de grote rivieren al meer dan 100 jaar een begrip. Welkoop geniet al decennia lang een goede reputatie in Midden, Oost en Noord Nederland. Beide ketens zijn sterk vertegenwoordigd op het platteland, waar ze van oudsher voornamelijk een agrarische klantenkring bedienen.

Inmiddels zijn het hoofdzakelijk consumenten die de weg naar Welkoop weten te vinden. Niettemin koesteren wij onze agrarische roots, waaraan we onze natuurlijke autoriteit ontleen om deskundig te adviseren over o.a. planten & zaden, tuingeredeedschap, werkkleding, dierenvoeding en -verzorging.

Marijke, de vriendin van jongste zoon Richard, wordt bedrijfsleider. Marijke heeft diervoorzorging en veterinaire natuurgeneskunde gestudeerd in Barneveld, ze is enthousiast, gedreven en ervaren.



**Welkoop 't Rippje gaat 1 oktober open.** Natuurlijk zijn er leuke openingsacties en aanbiedingen; waaronder 15 % korting op het gehele assortiment van 1 t/m 3 oktober en: Hele openingsweek

- Kleurwedstrijd met leuke prijzen

**Donderdag 1 oktober**

- Lekker hapjes van de Soezie bakker
- Ballonnenwedstrijd om 16.00 uur

**Zaterdag 3 oktober**

- Gratis dierenverrassing bij aankoop vanaf € 30,-
- Dierendeskundige is aanwezig voor alle dierenvragen. Neem je huisdier mee. (11.00 uur tot 16.00 uur)
- Kameel rijden (11.00 uur tot 15.00 uur)
- Kleine erfdieren knuffelen
- Bloempotjes verven en vullen (vanaf 11.00 uur)

### Duurzaamheid

Tijdens de bouw van het pand is rekening gehouden met energiebesparing. Zo wordt de restwarmte van de verlichting gebruikt om het pand deels mee op te warmen. Het dak is voorzien van een lange lichtkoepel en als er voldoende licht naar binnen schijnt, gaat een deel van de verlichting automatisch uit. Op het dak liggen inmiddels meer dan 320 zonnepanelen en is een deel van het bedrijf al gasvrij.

Het regenwater wordt opgevangen in een grote silo en met een slim eb- en vloedstelsel op de plantentafels wordt zeer efficiënt met water omgegaan. Alle verlichting is inmiddels vervangen door energiezuinige verlichting waarbij enorm veel stroom wordt bespaard. De administratie is nagenoeg papierloos; de in- en uitgaande facturen zijn nagenoeg allemaal digitaal.

## Dieren

Een deel van het buitenterrein werd omgetoverd tot dierenweide. Er lopen kippen, geiten, konijnen, minischaapjes en soms ganzen. Zo kan de jeugd bij Welkoop 't Rippje in aanraking komen met dieren. De dierenweide is echt een trekpleister. Pronk speelt tegenwoordig nog sterker in op de grote vraag naar kippen. In de kippenrennen bij de dierenweide vindt men verschillende soorten kippen, die gretig aftrek vinden.



## Pensioen

Nico en Tinie genieten inmiddels van hun welverdiende pensioen, maar zijn nog steeds enigszins actief en adviseren bijvoorbeeld over de inkoop van planten. In de loods heeft Nico een ontspanningsruimte gecreëerd met een biljarttafel waar hij dagelijks te vinden is. Daarnaast houdt hij zich, samen met Auke (de schoonvader van Bart), bezig met het onderhouden van het pand en het terrein. Tinie past regelmatig op de vier kleinkinderen. De volgende generatie?





### **Fietsenmaker**

Een deel van het pand wordt verhuurd aan Maikel de fietsenmaker. Zijn winkel past mooi in het totaalplaatje van buitenleven en recreatie. Moet er even worden gewacht op een reparatie? Dan kunnen klanten rustig even snuffelen bij de Welkoop of bij Nipro.



### **Succes**

Welkoop heeft ongeveer 60 eigen winkels en nog eens 91 winkels van 62 ondernemers zoals Bart. Een tuincentrum erbij is voor een Welkoop redelijk uniek, slechts 4 winkels hebben een tuincentrum. Welkoop heeft dit nauwlettend in de gaten gehouden en ziet dat levend groen de formule het jaar rond kan versterken. Welkoop heeft daarom zeer recentelijk levend groen als belangrijke pijler toegevoegd aan haar formule.

Op 1 oktober 2021 bestaat Welkoop 't Rijpje 12 jaar en het gaat zeer goed met het bedrijf. Veel mensen hebben inmiddels de weg naar 't Rijpje gevonden. Meer dan twee derde van de klanten heeft een klantenkaart, wat betekent dat de klanten loyaal zijn aan de winkel. Het aandeel in het marktgebied blijft groeien. De klanttevredenheid wordt gemeten door Welkoop en 't Rijpje staat daarbij altijd hoog in de ranking.

Het bedrijf gaat met haar tijd mee en is omnichannel. Zo staat er in de winkel al geruime tijd een kiosk waaruit een nog breder assortiment gekozen kan worden en waar de voorraad van omliggende

winkels bekeken kan worden. Welkoop 't Rijpje heeft ook een bezorgservice. In coronatijd is deze service extra onder de aandacht gebracht. Hier werd dankbaar gebruik van gemaakt.

Het bedrijf laat jaar op jaar een zeer mooie groei zien en heeft al verschillende prijzen in de wacht gesleept:

- 2<sup>e</sup> Franchisenemer van het jaar, 2010
- 2<sup>e</sup> Beste Welkoop van het jaar, 2018
- 3<sup>e</sup> Beste Welkoop van het jaar, 2019
- Publieksprijs Ondernemer van het jaar Ondernemers Federatie Gemeente Schagen, 2019
- Best beoordeelde winkel van Nederland bij de ABN Amro Retailer of the Year (NPS:84) 2019

Welkoop wordt landelijk hoog aangeprezen en is al 6 jaar op rij verkozen tot beste winkelketen op het gebied van tuin én dier. De familie Pronk heeft destijds de juiste keuze gemaakt.





### Samenwerking

De samenwerking met Welkoop gaat goed. Er is intensief contact met de organisatie. Een aantal initiatieven zijn bij Welkoop 't Rijppe bedacht en later uitgerold bij de rest van de formule. Zo is Welkoop 't Rijppe als eerste gestopt met de verkoop van knaagdieren. Hiervoor in de plaats heeft 't Rijppe een uniek dierenverblijf ontwikkeld: de Hooibergh, die nu in bijna alle Welkoopvestigingen staat. Zo kunnen klanten toch genieten van dieren in de winkel. Ook is er energie gestoken in een opleiding voor diervoeding. De kennisgraad op het gebied van diergezondheid is dan ook erg hoog.

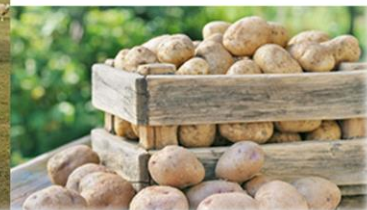


## Jeugd

Marijke houdt zich ook veel bezig met de jeugd. De jeugd heeft immers de toekomst! Zo is er een Kidsclub waarmee de jeugd vele tuin- en diergerichte excursies kan volgen. De Kidsclub heeft inmiddels meer dan 120 leden. De samenwerking met de directe omgeving komt daar ook aan ten goede. Zo zijn er al excursies geweest naar een schapenboerderij, een groot zadenveredelingsbedrijf, de dierenambulance en is er een imker op bezoek geweest. Ook is er voorlichting gegeven op het gebied van vuurwerk. Dat laatste wordt een apart onderwerp. Pronk gaat voorlichting geven op scholen.

## Streekproducten

In de winkel vindt men ook producten uit de nabije omgeving, zoals hooi, stro, (voer)wortelen, eieren en aardbeien. Wat de aardbeien betreft: zo is de cirkel weer rond!



### **Betrokkenheid in de keten**

Ongeveer 91 Welkoopwinkels zijn in het bezit van 62 ondernemers. Bart was vicevoorzitter van de belangenvereniging voor franchisers bij Welkoop en vanuit die functie nam hij ook zitting in de adviesraad van Welkoop. Hier wordt op directieniveau met name de strategie van Welkoop besproken. Zo bleef Bart op de hoogte van de laatste ontwikkelingen en heeft hier tevens de belangen van de overige franchisenemers mee behartigt.



In coronatijd ging dat ook gewoon door en werd er vergaderd via Teams. Nu zit Bart in een werkgroep m.b.t. het doorontwikkelen van de Welkoopformule op winkelniveau, een zeer actueel onderwerp bij Welkoop.

### **Winkeliersvereniging**

Daarnaast zit Bart in het bestuur van de winkeliersvereniging van de (voormalige) gemeente Harenkarspel. Samen met de overige ondernemers wordt continu nagedacht over de samenwerking en versterking van de positie van de winkeliers in de omgeving. Hier zijn al leuke samenwerkingen uit ontstaan. Zo gaat er een film rond waarin het lokaal winkelen in Harenkarspel wordt aangemoedigd. Bij de ledenvergadering sluiten steeds een wethouder en verschillende sleutelfiguren van de gemeente Schagen aan. Het contact met de gemeente is hierdoor erg goed en de lijnen kort.



### **Ontwikkelingen vuurwerk**

Op het gebied van vuurwerk zijn de mannen van Pronk nog steeds erg actief. Ze zijn actief lid van de Stichting Vuurwerkdealers Nederlands Consumentenvuurwerk (SVNC) en Bart is bestuurder van de Stichting Behoud Vuurwerktraditie. Via deze stichting is er contact met Den Haag om ervoor te zorgen dat de mooie vuurwerktraditie behouden blijft. Een zware taak, want vuurwerk wordt vaak in een negatief daglicht gezet.



Pronk Vuurwerk is inmiddels een begrip in Noord-Holland en nog steeds komen jaarlijks klanten uit alle uithoeken van het land speciaal naar 't Rijnje voor de unieke Pronk Vuurwerkcollectie. Om de logistiek in goede banen te leiden is er in 2018 nog een keer geïnvesteerd in extra opslagcapaciteit. In beide bedrijven kan nu in totaal 50.000 kg vuurwerk veilig worden opgeslagen. Dit scheelt veel aanvoer tijdens de verkoopdagen, waardoor de aandacht specifiek gericht kan blijven op de verkoop. Pronk Vuurwerk heeft flink ingezet op sociale media (met inmiddels 50.000 volgers op Facebook) en op ludieke acties en samenwerkingen met andere toonaangevende bedrijven, zoals een Limo-service en een kartcentrum in de regio.

Waar Pronk Vuurwerk 23 jaar geleden nog moest wachten op klanten staan er nu twee verkeersregelaars aan de weg en wordt er gewerkt met strikte afhaaltijden om de drukte in goede banen te leiden. Ondanks de grote drukte zijn er geen lange wachttijden en wordt het afhalen van vuurwerk als een feestje beschouwd. Klanten worden bijvoorbeeld onthaald met versgebakken oliebollen.

### **Vuurwerkapp**

Er wordt voortdurend nagedacht over hoe processen steeds verder verbeterd kunnen worden. Zo heeft Pronk als eerste vuurwerkverkoper een app ontwikkeld. Hiermee kunnen klanten snel het assortiment en filmpjes bekijken, in de showroom producten scannen en eventueel toevoegen aan de winkelwagen, een bestelling plaatsen en online afrekenen. Zo kunnen ze de rij bij de kassa overslaan en snel het vuurwerk meenemen.

### **Samenwerking China Red**

Ook op het gebied van vuurwerkimport hebben de gebroeders Pronk zich aangesloten bij een inkooporganisatie, zodat er rechtstreeks uit China een breder assortiment ingekocht kan worden. China Red bestaat uit de top 40 Nederlandse vuurwerkverkopers. Er kan nu gezamenlijk grootschalig ingekocht worden om op die manier een grote margeverbetering te behalen. Met deze club wordt regelmatig vergaderd. Duurzaamheid is hierbij een belangrijk onderwerp. Zo wordt er tegenwoordig geen vuurwerk meer geïmporteerd waar plastic aan te pas komt.

### **Nipro hengelsport**

Nipro Hengelsport is ondertussen uitgegroeid tot een van de grootste hengelsportspecialzaken van Nederland en inmiddels importeert Richard zelfstandig uit meerdere landen, zoals China, India, Polen, Tsjechië, Italië, Duitsland, Engeland en Frankrijk. Richard is steeds op zoek naar onderscheidende producten. Eén van de succesproducten is zijn zelfontwikkelde waadkledinglijn, die inmiddels ook aan vele muskusratbestrijdingsbedrijven, hoveniers en Welkoopwinkels wordt verkocht.

Leuk detail: een nieuwe serie hengels en netten heeft de naam 'Ariba' gekregen. Een knipoog naar het verleden, naar hoe het allemaal begon.





Nipro is heel actief op sociale media en dat slaat aan: uit de hele provincie komen mensen naar de winkel voor het grote assortiment en de vele soorten vers aas. Om verbonden te blijven met de doelgroep worden er wedstrijden en visreizen georganiseerd, zoals zee- en strandwedstrijden, witviswedstrijden, baarswedstrijden, karpervissen in Frankrijk en heilbotvissen in Noorwegen.



Richard mag zich inmiddels vismeester noemen en leert kinderen in een interessante theorie- en praktijkles verantwoord omgaan met vis. Elk seizoen komen daar veel kinderen op af en je ziet nu ook weer veel jeugd langs de waterkant staan met een hengel.





Ook Richard is actief bezig op het gebied van samenwerkingen. Hij zit in het bestuur van de Hengelsportfederatie Noord-Holland en blijft zo op de hoogte van het reilen en zeilen met betrekking tot viswater en hengelsportverenigingen.

### **Zuurstofproject Heemtmeer Warmenhuizen**

In Warmenhuizen ligt het Heemtmeer dat compleet verwaarloosd was. Het water was zeer zuurstofarm, er leefde nauwelijks vis en de oevers waren verwaarloosd. Richard heeft een project opgestart met de gemeente en sportvisfederatie om dit meer op te knappen. Hier heeft hij een drijvend platform voor ontwikkeld met zonnepanelen en een pomp met speciale luchtuitlaat. Binnen een half jaar was het hele meer rijk aan zuurstof. De oevers werden opgeknapt door de gemeente, er werden vissteigers aangelegd en er werd vis uitgezet. Het meer leeft weer! Er wordt weer gewandeld en gepicknickt, er zitten dagelijks mensen te vissen en er wordt zeer goed gevangen. Dit merkt Richard ook in de winkel: meer mensen zijn gaan vissen.





### Personeelsbeleid

Beide bedrijven bestaan uit zeer enthousiaste en gemotiveerde teams. Zowel Nipro als Welkoop zijn een leerschool en bieden plek aan stagiaires en BBL'ers. Ook reïntegreerders krijgen een kans. Een mooi voorbeeld is een jongen die na een lang inwerktraject uiteindelijk een vaste baan heeft gekregen bij Welkoop 't Rijpje.

## **Corona**

In Coronatijd wist de familie Pronk snel te schakelen. Binnen No-time werden de winkels voorzien van alle mogelijke Corona-maatregelen; van kuchschermen, desinfectieapparaten, beperkt aantal bezoekers, winkelwagenschoonmaakservice en afstandstickers, tot uitgebreide bestel- en bezorgmogelijkheden. Later werd ook de mondkapjesplicht doorgevoerd waar streng op werd nageleefd. Zelfs voor de vuurwerkverkoop werd er een uitgekiend plan op papier gezet. Helaas, amper drie weken nadat al het vuurwerk voor de jaarwisseling was geïmporteerd en opgeslagen kwam er een verbod op het verkopen en afsteken van vuurwerk tijdens de jaarwisseling van 2020-2021 om de zorg te ontlasten m.b.t. de te verwachten vuurwerkslachtoffers. Een grote klap. Niet veel later kwam er een volledige Lock down voor de hengelsportzaak en een gedeeltelijke Lock down voor de Welkoop.

Omdat het wel al extra druk was in de Welkoop (veel mensen zijn met hun tuin en/of huisdier bezig geweest) werden alle Social media-, reclameuitingen en overige activiteiten geminimaliseerd of geannuleerd. Ook toen later Welkoop weer het volledige assortiment mocht verkopen werd daar geen ruchtbaarheid aangegeven. Zowel om de druk van de ketel te houden om het virus te stoppen als wel uit solidariteit met de winkels er om heen die wel volledig gesloten moesten blijven.

Richard richtte zich met de hengelsportzaak volledig op online en zag daar zijn omzet dan ook aanzienlijk toenemen.

Mede met name door de veerkracht en de flexibiliteit van familie is de Coronacrisis goed doorstaan. Een groot aantal nieuwe klanten hebben deze prachtige winkels ontdekt en is het klantenbestand wederom verder uitgebreid.

Het vuurwerk ligt droog en veilig opgeslagen in de daarvoor bestemde vuurwerkbunkers. Als alle lichten op groen blijven staan kan men het jaar alsnog met mooi siervuurwerk afsluiten.

### **De kracht van de familie**

Het succes is te danken aan de sterke familieband en de manier waarop er samengewerkt wordt. De mannen boffen met hun vrouwen. Marijke en Bianca staan altijd achter de mannen en helpen waar nodig. Ook de band met de werknemers is sterk.

Aan de keukentafel in het ouderlijk huis waar de mannen regelmatig met hun ouders lunchen of koffiedrinken, worden veel zaken besproken. Er zit ruwweg 150 jaar ervaring aan tafel met zowel kennis uit het verleden als kennis van hedendaagse ontwikkelingen. Tegenslagen worden verwerkt en successen worden gedeeld. Het doorzettingsvermogen van Nico en Tinie is nog altijd zeer inspirerend voor de gebroeders Pronk!

