

## MenskrachtPortret



Foto: Yvon Didden

Dispar Vulgo - afwijkend van de grote massa – en padvinder:

### Marco Achtereekte

#### Ondernemer

Managing Director van Jade B.V.  
Familiebedrijf dat zich bezighoudt met de marketing en productie van een goede nacht. Missie: mensen een optimale nachtrust geven met producten op het gebied van slaapcomfort.  
Oprichter en CEO van Marune  
Aantal medewerkers: 50  
[www.jade.nl](http://www.jade.nl) en [marune.nl](http://marune.nl)

#### Visie

Nachtrust geeft mensen de energie om de dingen te doen die belangrijk zijn in hun leven.

#### Bijzonder

Noemt zichzelf padvinder (vinder van het pad).  
Ooit uitgeroepen tot Innovatie  
Ambassadeur van de provincie Overijssel

#### Twitterprofiel

Deventer, zoon Matthijs, optimist,  
Padvinder bij Jade en Marune, Silvana  
hoofdkussens en dekbedden,  
Oldtimerrally's, Triumph TR4a, Audi,  
Montecristo, Vrienden!

#### Beknopt CV

Lagere school en VWO in Deventer  
HEAO Commercieel  
NIMA-C  
Goede herinneringen aan Huzaren- en  
Paratetijd

Verkoper Constructie Staal, Werle Staal  
ArcelorMittal, verkoop  
Assistent verkoopdirecteur  
matrassenfabriek Recticel  
1993 in het familiebedrijf, hoofd productie  
1996 Aandeelhouder, algemeen directeur

*Wie is jouw voorbeeld, held of inspiratiebron?*

Vroeger was ik onder de indruk van de boeken van Jack Vance, waarin de hoofdpersoon Kirth Gersen de Duivelsprinsen met veel slimheid en creativiteit kan overwinnen. De grootvader van Kirth heeft een goede basis gelegd voor zijn kwaliteiten. Dit vertoont enige gelijkenis met mijn situatie. Door als jongen tijdens de vakanties in het bedrijf te werken, heb ik veel over de machines en het productieproces geleerd. Ik vond het destijds mooi dat Kirth zo gedreven is voor een goede zaak. Vance schrijft bovendien aantrekkelijk, hij heeft een apart taalgebruik. Tegenwoordig is mijn vader zonder enige twijfel mijn held. Een standvastige man, in zijn gedrag, in zijn houding en in zijn beloftes.

*Je levensmotto?*

Si Omnes Ego Non - Indien allen, ik niet.

Dispar Vulgo - Afwijkend van de grote massa.

*Was het een logische stap om bij familiebedrijf Jade te gaan werken? En wat wilde je veranderen of toevoegen?*

Van dichtbij heb ik thuis gezien wat het betekent om een dergelijk bedrijf te leiden. Vooral wat een energie en tijd het kost. Wat een zorgen ook, met name tijdens economisch zwaar weer. Om die redenen wilde ik eigenlijk helemaal niet bij Jade werken.

Tot op een gegeven moment een vriend zei: wat heb je dan te verliezen?! Dat heeft de doorslag gegeven.

Toen ik het bedrijf op mijn 32<sup>ste</sup> kocht, merkte ik - ondanks het feit dat ik achteraf gezien wellicht te jong was - dat het een goed bedrijf was met een fantastisch DNA. En dat geldt nog steeds. De cultuur van een club is het belangrijkste. Als die goed is, kun je jaren door.

Toevoegen? Op dat moment - zo bleek later - was de markt op zijn top. Jade draaide enorm goed, het ging niet zozeer om toevoegen als wel om verbeteren, teamspirit creëren.

*Wat is het belangrijkste in jouw branche?*

Van waarde zijn. We verkopen een concept dat gebaseerd is op kwaliteit, dat goed moet aansluiten bij de belevingswereld van de klant. Geen flauwekulverhalen dus.

Het contact met de klant en de gebruiker levert altijd informatie op. Met onze klanten hebben we daar speciale momenten voor. En voor het contact met de gebruiker staan we bijvoorbeeld 4 dagen bij Het Prijzencircus van V & D in Rotterdam. Met 10 verschillende kussens en diverse dekbedden vullen we een eigen shop in de winkel, dat biedt ons veel contact met de klant (in dit geval zorgt de directe Rotterdamse mentaliteit voor duidelijke feedback). Door te helpen kiezen voor het juiste product ontstaat er uitwisseling. Die waardevolle informatie helpt ons bij innovatie.

*Hoe vier je successen? En wat doe je als het tegenzit ?*

Dat eerste, te weinig misschien! Eigenlijk ga ik altijd door; er staat voortdurend iets nieuws te wachten. Een mooie sigaar is in feite meer dan voldoende voor mij.

Halen we met elkaar een omzetreCORD, dan laat ik gratis spareribs voor iedereen komen.

Als het tegenzit? Ik ben een goed verliezer, geloof ik. Voel me een zondagskind, dat echter wel op ieder moment zijn stinkende best wil doen. Ik verzamel in alle situaties verschillende goede opties, altijd, ik dek me daarmee in. Een optimist raakt ook niet zo snel van slag, mocht dat wel gebeuren dan trek ik me terug in mijn hoofd. En na enig denkwerk ga ik in gesprek met mijn stafleden.

*Welke overtuiging of gedachte heb je in de loop van de tijd losgelaten?*

Dat het leven geregeld kan worden.

In mijn privéleven heb ik een aantal jaren geleden met tegenslagen te maken gehad. Ik ben daarover open geweest, ook op het werk. Het tonen van mijn kwetsbaarheid en problemen toen, heeft me sterker gemaakt. Noem het volwassenheid.

Ik heb echt moeten leren omgaan met tegenslagen. Het leven is niet altijd maakbaar.

*Wat voor leidinggevende is Marco Achtereekte?*

Management by exception (men trekt aan de bel als er iets bijzonders is) en management by walking around. Dat doe ik zeer regelmatig. Dagelijks even een kop koffie drinken bij de stafleden.

Wat daarbij kenmerkend is voor mijn stijl? Ik ben creatief, laagdrempelig en geef vertrouwen.

*Wat voor eisen stel je aan je medewerkers?*

Ik zie graag de lichtjes in de ogen van mensen. De passie. What makes them tick? Waar lopen mensen warm voor, dat is waar ik naar op zoek ben tijdens een sollicitatiegesprek.

Daarnaast staat integriteit hoog in het vaandel bij Jade.

Overigens werken medewerkers hier gemiddeld 14 jaar, dat is anderhalf maal het landelijk gemiddelde. Dat klopt ook, want duurzame relaties passen goed bij mij.

*Wat moeten we ons voorstellen bij het ambassadeursschap Innovatie voor Overijssel?*

Dat was een voordracht door Syntens. Als één van de negen ambassadeurs heb ik een erg leuke tijd gehad, bijzonder veel geleerd bij bedrijven die me voorheen onbekend waren.

Vreemd ook, dat de attributie door een dergelijke titel grotere vormen aanneemt!

*Jade en innovatie. Is het voor jou anticiperen op veranderingen in de markt én de vraag óf via nieuwe artikelen de vraag beïnvloeden. Of wellicht nog anders?*

We zijn ingericht op vernieuwing. Hoewel ik onze bedrijfscultuur en onze processen niet op de eerste plaats vernieuwend zal noemen, is ons product dat juist des te meer. Voor de beeldvorming, in 3 jaar tijd is 80% procent in onze producten veranderd. Van kleine tot grote innovaties.

Ik vertelde al dat we aan een goed klantcontact hechten, zowel met onze afnemers als onze gebruikers. We zorgen dat we met hen in verbinding staan, dat levert veel informatie op.

We krijgen regelmatig vragen direct vanuit de klant. Zoals de opdracht om voor Auping een eerste kussenserie te maken, met veel aandacht voor ventilatie. Voor de NH hotels een kussencollectie.

Op eigen initiatief hebben we een neksteunkussen ontwikkeld. En voor de ontwikkeling van een anti-snurkkussen ontvingen we een Innovatie Award. (het ontwerp is overigens niet door ons geproduceerd).

Een geheel ander product hebben we voor Marune ontwikkeld. Het is een materiaal dat olie absorbeert op basis van kapok. Het doek blijft, ook als het helemaal geabsorbeerd is door olie, drijven. Het kan zowel op land als op water gebruikt worden. We hebben daar een aantal vormen voor ontwikkeld, naar gebruik en omgeving.

*Wat waardeer je het meest in jouw werk? En waar kijk je met voldoening en plezier op terug?*  
Als het lukt! Als we de planning gehaald hebben.

Als ik aan voldoening denk, dan komt direct mijn zoon in me op: dat het Matthijs goed gaat. Daar ben ik ontzettend blij mee.

*MenskrachtPortret, stelt met regelmaat een bijzondere ondernemer aan de lezer voor. Dit is het derde MenskrachtPortret.*

*Idee en tekst: Marian Dijkman, [www.dijkmanmanagement.nl](http://www.dijkmanmanagement.nl)*

*Fotografie: Yvon Didden, [www.adviesinbeeld.nl](http://www.adviesinbeeld.nl)*