

## Nieuwsbrief

Uitgave voor leden en donateurs van de Vereniging Bedrijf & Historie, juni 2017, tiende jaargang, nummer 1. Redactie Harry L.M. Hendriks.

Email: [info@vbh-bedrijfshistorie.nl](mailto:info@vbh-bedrijfshistorie.nl). Internet: <http://vbh-historie.nl>

### Inhoudsopgave

In dit nummer o.a.

- Nieuwe leden en donateurs
- De Efteling 65 jaar
- Voorjaarsbijeenkomst De Efteling
- Nieuwjaarsbijeenkomst Douwe Egberts
- Najaarsbijeenkomst PON Leusden
- Start with the future and work back
- Widenhorn Museum
- Wie is Philippe Hondelink?
- Historisch Erfgoed Achmea
- Rixt Bosma
- Zakelijk Vloggen
- A corporate heritage strategy

### Nieuwe leden & donateurs

Leden:

- Philippe Hondelink, V&D
- Inge Timmermans, Nolet Distillery
- Wim Dral, Achmea
- Anco Euser, Widenhorn

Donateurs:

- Elzeline Koerselman, GT Rovers
- Rixt Bosma, fotografie

### De Efteling 65 jaar

Op woensdag 31 mei 2017 vierde de Efteling haar 565 jarig bestaan. Ter gelegenheid daarvan werd het vernieuwde Eftelingmuseum geopend. Het museum ligt centraal op het park en is voor iedereen op het park gratis toegankelijk.



De opening werd verricht door Marijke Helwegen, samen met de voorzitter van de Raad van Bestuur, Fons Jurgens. Het programma werd gepresenteerd door Roodkapje.

In het vernieuwde museum is een goed overzicht te zien van de ontwikkelingen die de Efteling de afgelopen 65 jaar heeft doorgemaakt, of zoals Marijke Helwegen het zei: "Wat de Efteling en ik gemeen hebben is dat wij steeds weer verjongen'.

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 2/9



Na de opening kon iedereen een bezoek brengen aan het park en werd het jubileummagazine "Feest" uitgereikt. De VBH feliciteert haar lid de Efteling met dit jubileum en wenst het nog vele succesvolle jaren.

### **Voorjaarsbijeenkomst bij De Efteling in Kaatsheuvel op donderdagmiddag 20 april 2017**

De voorjaarsbijeenkomst heeft op 20 april 2017 plaatsgevonden bij de Efteling in Kaatsheuvel op uitnodiging van Frieke Hazendonk, hoofd Archief Efteling. Een groot aantal leden en donateurs was aanwezig op deze zonnige middag.



Na de ontvangst met koffie, thee en een lekkernij begon de middag met de ledenvergadering van de Vereniging Bedrijf & Historie. Voorzitter Ton de Graaf leidde de vergadering.

Daarna volgde een voordracht van Elise van der Geest, stagiaire bij ABN-AMRO Kunst & Historie, over haar onderzoek naar beleid, doelstellingen en werkwijze van de bedrijfshistorische afdelingen van ABN-AMRO, Heineken en Shell. Frieke Hazendonk vertelde vervolgens over de geschiedenis van de Efteling waarna we een rondleiding door het Eftelingmuseum kregen. De geslaagde middag werd met een borrel afgesloten. Dank aan Frieke voor de goede organisatie.

### **Nieuwjaarsbijeenkomst op woensdag 11 januari 2017**

Deze eerste VBH-nieuwjaarsbijeenkomst vond plaats bij Jacobs Douwe Egberts in Utrecht.



Een goede opkomst en een plezierig onthaal door de gastheren Roy Nanhekan en Peter Glebbeek. Het was een bijzonder geanimeerde bijeenkomst.

# BEDRIJF & HISTORIE

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 3/9

Deze eerste geslaagde Nieuwjaarsbijeenkomst verdient navolging. Nogmaals dank aan de gastheren voor de gastvrijheid en het succesvolle programma.



### Najaarsbijeenkomst op 10 november 2016 bij Pon's Automobielhandel in Leusden

Ongeveer 25 leden en donateurs waren deze middag aanwezig. Eerst werden enkele huishoudelijke zaken besproken zoals de uitgave van de VBH-agenda 2018. Erwin Meijers gaf de stand van zaken weer van de werkgroep die bezig is met het realiseren van een gezamenlijke expositie van de topstukken uit de collecties van VBH-leden in samenwerking met een museum. De werkgroep zet de werkzaamheden voort.



Daarna gaf gastheer Leo Koekkoek een inleiding over de start van het bedrijf van Mijndert Pon in Amersfoort in 1895. Verrassend genoeg begon dat met de verkoop van geïmporteerde fietsen en naaimachines van het merk Opel. Na deze interessante inleiding gingen we onder begeleiding van vrijwilligers naar 'de losplaats'. Op dit terrein worden de per trein en truck aangevoerde auto's gestald. Tevens werd ons duidelijk dat bij een deel van de auto's ook nog een nabewerking plaats vindt. Naar wens van de besteller worden allerlei extra accessoires toegevoegd zoals bijvoorbeeld het rijklaar maken van een politievoertuig.



De afsluitende borrel was in de showroom van de duurdere merken. In de aangrenzende expositieruimte was een dertigtal klassieke auto's opgesteld en een tafel met historische attributen. Alle hulde voor Leo Koekkoek, zijn collega's en de vrijwilligers voor het bijzonder aardige programma dat ons de gelegenheid gaf om in de keuken te mogen kijken bij dit veelzijdige bedrijf.

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 4/9

### Nuttige bedrijfshistorische studie

Bruce Weindruch, *Start With the Future and Work Back: A Heritage Management Manifesto* (Lanham 2016), prijs Euro 23,99. The book is a lively, often amusing, but seriously perceptive take on the business of history and the history of business. The book explores The History Factory's role in creating and shaping the global heritage management industry, drawing on its work with a broad array of corporations and the original business characters the firm has served since its founding in 1979.



### Widenhorn Museum: een bijzonder stukje historie



### Introductie

Van kleins af aan ben ik opgegroeid in ons familiebedrijf en inmiddels al 10 jaar de trotse eigenaar. Naast mijn passie voor ondernemen en maakbedrijven helpen meer uit hun machines te halen, ben ik een echte verzamelaar. Als geen ander beseft ik dat er geen heden is zonder verleden, zo ook in ons bedrijf. Dit bracht mij er toe om in 2012 op onze nieuwe locatie een heus Widenhorn Museum in te richten om onze historische items op een gepaste wijze te presenteren. De verzamelingen van mijn opa, oma, vader, moeder en mijzelf zijn bijeengebracht en geven een fantastisch beeld van onze bijna 100-jarige historie. Wekelijks wordt onze verzameling uitgebreid en is er een mooi beeld ontstaan van de ontwikkeling van gereedschappen door de jaren heen. De bezoekers die ons bedrijf en ook ons museum bezoeken zijn onverdeeld enthousiast. Doelstelling is dan ook om onze collectie voor het 100 jarig bestaan op een goede manier en volledig aan u te kunnen tonen. Daarbij wordt door

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 5/9

mijn vader, Bert Euser, een boek geschreven over de historie, welke op dat moment zal worden gepubliceerd. Toen ik in de Telegraaf las, dat slechts 3% van de familiebedrijven nog bestaat na de 3de generatiewisseling, besepte ik pas hoe bijzonder het is. Dit heeft er mede toe geleid dat wij lid zijn geworden van [Vereniging Bedrijf & Historie](#). Een jonge, maar groeiende vereniging met als doel het bijeenbrengen van bedrijven, ondernemingen en instellingen die in het bezit zijn van een bedrijfshistorische collectie, teneinde deze collecties voor het nageslacht te behouden. In 2019 bestaat ons bedrijf 100 jaar, als u daar van op de hoogte gehouden wilt worden en wellicht iets heeft wat interessant is voor ons museum, dan kunt u dit melden met de volgende link: [Widenhorn 100 jaar](#).

Anco Euser

### Wie is Philippe Hondelink?

In 1986 volgde ik het college Eerste Generatie Ondernemers van Prof. Dr. Pim Kooij aan de



Rijksuniversiteit Groningen. Op dat moment werkte ik al bijna drie jaar bij V&D in Groningen als DoZa-kracht (Donderdag-Zaterdag) in de verkoop waarbij ik op veel verschillende afdelingen het warehouse van binnenuit leerde kennen. Ik ben me gaan verdiepen in de geschiedenis van dit grootwinkelbedrijf waar op dat moment nog vrijwel niets aan historie was vastgelegd in publicaties. In 1987 heb ik mee mogen werken aan de historische uitgave van het personeelsblad V&D-Magazine dat geheel was gewijd aan 100 jaar V&D en aan de historische expositie die toen in 12 V&D-vestigingen door het land reisde. Uiteindelijk ben ik in 1989 afgestudeerd op de ontstaansgeschiedenis van V&D, de oprichters en hun onderneming 1887-1912. In de loop van de jaren daarna ben ik, naast mijn werk als secretaris van beroeps- en brancheverenigingen, actief gebleven met de geschiedenis van dit grootwinkelbedrijf. Dit resulteerde in diverse publicaties over het bedrijf, de beide oprichters en de geschiedenis van de Nederlandse detailhandel. Geleidelijk is in de afgelopen jaren een uitgebreide collectie V&D-zaken ontstaan en gegroeid mede door giften naar aanleiding van diverse media optredens, het geven van lezingen en de publicatie van het boek *Vroom & Dreesmann, de opkomst en ondergang van het warehouse 1887-2016*. Dit boek verscheen in mei 2016 en kent inmiddels een tweede druk. Ik leer graag van de nieuwe contacten binnen VBH en ik heb een brede interesse in bedrijfshistorie dus daarom ben ik lid geworden. Graag tot ziens bij een van de activiteiten van VBH.

Philippe Hondelink

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 6/9



You Tube filmpje historie V&D  
<https://youtu.be/bsJF5PRdyk8>

### Historisch erfgoed van Achmea

Sinds 1986 ben ik in dienst van Achmea en zijn rechtsvoorgangers. In die jaren heb ik verschillende functies bekleed. Eén van de laatste functies was archiefbeheerder van het fysieke archief van Syntrus Achmea. In die hoedanigheid kwam ik de collega's Content Diensten tegen die het historisch archief in hun portefeuille hadden. Als historicus van opleiding zijnde voor mij een interessant archief. Ik heb namelijk de opleiding tot leraar geschiedenis gedaan en de studie in deeltijd vervolgd aan de Universiteit Leiden, zowel mijn doctoraal als mijn promotieonderzoek. Dit alles naast mijn werk

Toen de afdeling Content Diensten van Achmea met de opdracht kwam om het historisch archief te gaan inventariseren was ik ook meteen geïnteresseerd. Begin 2017 werd het project gestart om historisch archiefmateriaal van minimaal 360 strekkende meters te inventariseren. Al snel werd de opdracht verbreed. De objecten (van typemachines tot maquettes en van beeldmateriaal tot jubileumborden) moeten eveneens worden geïnventariseerd. Daarnaast moet de publiciteit worden verzorgd naar de verschillende gremia om bekendheid te geven aan het historisch erfgoed, een plan van aanpak worden geschreven om het historisch erfgoed in te richten. We gingen bij ABN-AMRO en Nationale Nederlanden op bezoek om te kijken hoe zij het hadden ingericht en werden we lid van de VBH. Ondertussen staan er ook verschillende locaties op de nominatie om gesloten te worden en moeten we nagaan in hoeverre op die locaties historisch materiaal aanwezig is dat in de collectie moet worden opgenomen. Kortom een uiterst afwisselende, uitdagende en boeiende klus.

Wim Dral

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 7/9

### Rixt Bosma

Mijn naam is Rixt Bosma en ik ben in het voorjaar van 2017 donateur geworden van de VBH. Ruim twaalf jaar ben ik reeds werkzaam als zelfstandig kunsthistorica met een specialisatie in de geschiedenis van de fotografie. Na mijn studie Kunstgeschiedenis aan de Universiteit Leiden heb ik mij toegelegd op het samenstellen van (fotografie-)tentoonstellingen, foto historisch onderzoek, het schrijven en publiceren van artikelen en boeken over fotohistorische onderwerpen, het inventariseren, beschrijven en (digitaal) ontsluiten van fotoarchieven, *consultancy* en advies.



Mijn interesse en expertise is gegroeid van de hedendaagse fotojournalistiek en documentairefotografie, naar de eerste helft van de twintigste eeuw en zo verder naar de eerste decennia van de fotografie na zijn uitvinding in 1839. De projecten hebben mij op vele plekken gebracht. Zo werk ik de laatste tien jaar ook met regelmaat in de Verenigde

Staten aan onderzoek en historische fotografie. Fotografie verbreedt mijn horizon en biedt een eindeloos venster op de wereld die was en is.

Opdrachtgevers bevinden zich in de museumwereld, erfgoedsector, bij individuele fotografen en het bedrijfsleven. Zoals: het Rijksmuseum Amsterdam, Paleis Het Loo, Nationaal Archief, Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed, Nederlands fotomuseum, Ministerie van Buitenlandse Zaken, Shell International B.V. en de ABN-AMRO Bank. De laatste paar jaren werk ik regelmatig met bedrijfshistorische fotocollecties. Dat is de motivatie geweest donateur te worden van de VBH. Graag verwijs ik naar mijn website [www.rixtbosma.nl](http://www.rixtbosma.nl).

### Zakelijk vloggen: 'hot and happening'

Vloggen is eigenlijk hetzelfde als bloggen, alleen draait het hierbij niet om geschreven teksten maar om een video. Een zakelijke vlog mag echter niet verward worden met een bedrijfsfilm, waarin de kijker zoveel mogelijk informatie over het bedrijf over zich heen gestort krijgt. Consumenten zitten tegenwoordig echt niet meer te wachten op een ellenlange video vol met bedrijfsreclame. Ze willen korte en interessante content, daar waar deuren bij veel bedrijven normaal gesloten blijven, dus een kijkje achter de voordeur.

*Enkele voordelen van zakelijk vloggen:*

1. Een bedrijf kan zijn bereik enorm vergroten. Mensen vinden het steeds

## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 8/9

leuker om vlogs te bekijken. Wanneer de content hen aanspreekt, dan wordt de video al snel gedeeld.

2. Het is een goedkoop marketingkanaal. Door de vlogs te plaatsen op de eigen website of op het YouTube kanaal, kan men rekenen op terugkerende bezoekers.

Voor het Saan Museum is een pilot-vlog gemaakt. In deze vlog brengt vintage vlogger GT Rovers een bezoek aan het Saan museum en verteld Ad Saan over de geschiedenis van Koninklijke Saan. Op [www.gtrovers.nl](http://www.gtrovers.nl) en [www.nostalgieTV.nl](http://www.nostalgieTV.nl) is deze vlog te bekijken. Als test voor de leden van de Vereniging Bedrijf & Historie is de vlog op Facebook gedeeld. Dit leverde in twee weken tijd meer dan 3000 views op. Een losse advertentie op Facebook met een looptijd van twee weken leverde 4200 views op.

Kortom: zakelijk vloggen is eigenlijk een 'must' voor ieder bedrijf. Bent u geïnteresseerd in een vlog over uw bedrijfshistorie? Neem dan contact op met Elzeline Koerselman, [info@gtrovers.nl](mailto:info@gtrovers.nl) of 06-38824612. [gtrovers.nl](http://www.gtrovers.nl) en [nostalgieTV.nl](http://www.nostalgieTV.nl)  
<http://www.nostalgieTV.nl>  
<http://www.gtrovers.nl>

GT Rovers

### A corporate heritage strategy

Verkorte presentatie Elise van der Geest tijdens de VBH-bijeenkomst bij De Efteling op 20 april 2017.

Net als andere bedrijven kent ABN-AMRO een rijke geschiedenis. Deze geschiedenis uit zich in vele objecten, meubels, kunst, maar ook veel archiefmateriaal, rapportages, contracten en jaarverslagen. Vanaf de late jaren tachtig van de 20<sup>ste</sup> eeuw hebben steeds meer bedrijven een actief beleid omtrent deze historie opgesteld. Aanvankelijk lag de nadruk meer op het bewaren en ontsluiten, maar dit is verschoven naar een actieve inzet van de bedrijfshistorie. Er zijn enkele redenen om een expliciete strategie hiervoor te formuleren.



Ten eerste kan historie bijdragen aan een sterke bedrijfscultuur. De bedrijfscultuur omvat de diepliggende normen en waarden die idealiter tot de identiteit van de werknemer behoren. Deze bedrijfscultuur is beïnvloedbaar en noodzakelijk voor het karakter van het bedrijf. De invloed van geschiedenis speelt voornamelijk een rol in de derde laag, *artefacts and symbols*. Deze *artefacts and symbols* kunnen de tastbare historische objecten weergeven.



## Nieuwsbrief

Datum: juni 2017

Blad: 9/9

Deze objecten kunnen een boodschap uitdragen die een aanvulling kunnen zijn op de *beliefs, values and attitudes*. Een versterking van de bedrijfscultuur kan ook geschieden door succesverhalen, ook wel story-telling genoemd, of door onboardingprogramma's. Door het unieke en rijke karakter van historie kan dit momenten in de geschiedenis belichten die het bedrijf zou willen doorgeven aan de medewerkers. Een vorm hiervan is het zogeheten *employee pride and commitment*. Deze vorm behelst de succesverhalen van het bedrijf geuit door medewerkers, managers of gebeurtenissen. Ten tweede zou bedrijfshistorie kunnen bijdragen aan de besluitvorming. De rol van bedrijfshistorici verandert hier van louter onderzoeker naar onderzoeker met impact. Deze impact kan zijn in de vorm van beleidsbepaling, strategieformulering en besluitvorming. Historie kan een bedrijf informeren of het de continuïteit moet voortzetten of juist niet. Daarnaast kan het een *managerstool* zijn in tijden van verandering. Veranderingen stuiten dikwijls op weerstand. Managers zouden kunnen refereren naar het verleden om bepaalde keuzes kracht bij te zetten of te legitimeren. Een voorwaarde hierbij is dat ervaringen en gebeurtenissen goed worden gedocumenteerd. In tegenstelling tot zichtbare gebeurtenissen moeten ervaringen expliciet opgevraagd worden. Een voorbeeld kan zijn onderzoek naar de *voice of the employee* om inzicht te krijgen in oorzaak en gevolg en de reactie van medewerkers op veranderingen. Tot slot kan historie worden ingezet ten behoeve van externe communicatie. Binnen branding kan het een zekere vorm van expertise

uiteenzetten of juist de *identity* van het merk versterken.

. De strategie omvat enkele essentiële kernwaarden als *purpose* van de bank. Deze kunnen dienen als een visie en missie van de historische afdeling. De volgende *purpose* volgde uit de gap-analyse:



1. Vergroten van tastbaarheid van de afdeling door inzet collectie
2. Vereenzelviging van medewerkers met de historische collectie
3. Kennis van *the voice of the employee*
4. Herkenbaarheid door met de collectie in te spelen op de actualiteit
5. Strategie ondersteuning in tijden van verandering

Binnen de historische afdeling zijn de volgende functieverdelingen om de historische kernwaarden te concretiseren:

1. Bedrijfshistoricus
2. Collectie beheerder
3. Publicist & media, tentoonstelling en rondleidingen
4. Archivaris
5. Office manager – *public and corporate relations*