



Van chocolademan tot miljonair

Dobla kan er wel chocola van maken; Arthur Donta casht €150 miljoen

Italianen betalen megabedrag voor Heerhugowaardse chocolademaker

Ik ben de Boni Johnson van de chocoladewereld

Van de zilvervloot richting 'Quote'

# Arthur Donta GROOT

**Arthur Dontje**

**GROOT**

## COLOFON

ISBN	978 94 629 616 92
NUR	801
Thema	KJVS, KCX, KJC
Trefwoord	Ondernemerschap, veerkracht, crisis
Uitgever	De CoPublishers
Omslagontwerp	Redrum Bureau, Ede
Vormgeving binnenwerk	Redrum Bureau, Ede
Auteur en (eind)redactie	Linda van 't Land, Bureau LiLa, Epe
Drukwerk	Balmedia, Schiedam

© 2020 Arthur Dontje

De CoPublishers is een label van Van Duuren Management.

Niets uit dit boek mag worden overgenomen zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur en de uitgever. Wil je iets overnemen, neem dan contact op met de uitgeverij: [info@vanduurenmanagement.nl](mailto:info@vanduurenmanagement.nl).

Ondanks alle zorg die we aan dit boek besteed hebben, kan noch de auteur, noch de redactie, noch de uitgever enige aansprakelijkheid aanvaarden voor de schade die het gevolg is van eventuele fouten in deze uitgave.

Arthur Dontje

# GROOT

Linda van 't Land



# Ook mijn dank is groot

“Daar moet je eens een boek over schrijven...” Hoe vaak mensen dat wel niet tegen me hebben gezegd, als ik hen verhalen vertelde over mijn bedrijf Dobla. Heel lang wilde ik daar niets van weten en nam ik er ook geen tijd voor. Maar toen ik het bedrijf in het najaar van 2018 succesvol verkocht, kwamen natuurlijk de verhalen en herinneringen bovendien. Ik was in zoveel landen, ontmoette zoveel mensen, maakte de gekste dingen mee. Door allerlei hoogte- en dieptepunten heen leerde ik wat ondernemen is en hoe je door risico's te durven nemen verschrikkelijk groot kunt worden. Het was eigenlijk wel de moeite waard om dat eens op te schrijven. Leuk voor mijzelf en mijn naasten: natuurlijk. Maar hopelijk vooral ook leuk voor jou: de lezer.

Ik ben trots op het eindresultaat dat nu voor je ligt. Studio REDRUM uit Ede verzorgde de fraaie opmaak en Linda van 't Land schreef alle teksten. Dat zij van al mijn dolenthousiaste en vaak chaotische verhalen en anekdotes één geheel heeft weten te maken dat nog lekker leest ook, is zonder meer een knappe prestatie.

Succesvol word je nooit alleen. Ik denk op deze plek met veel respect en liefde terug aan mijn ouders, die mij op het ondernemerspad hebben gezet en aan wie ik ontzettend veel te danken heb. Ik dank Eric Kakebeen en Ruud Admiraal voor hun steun en inzichten door de jaren heen. Ik dank ook mijn MT. Grote dank is er voor William Klinkenberg, die in staat is geweest om het bedrijf samen met ons naar

een hoger niveau te tillen. Nog veel meer dank is er voor al die mensen die binnen en ook buiten Dobla met mij hebben meegewerkt om van Dobla de grootste producent van chocolade decoraties ter wereld te maken. Het is ons gelukt! En dat had ik zonder jullie niet gekund.

Tot slot is er natuurlijk onuitsprekelijke dank voor mijn vrouw Jolanda en onze zoons Indy en Milan. Als mijn vrouw mij niet alle vrijheid had gegeven en niet alles om mij heen had geregeld zoals ze jarenlang heeft gedaan, was ik nooit zó groot geworden. Dat zij zichzelf en onze kinderen nooit op de eerste plek in mijn leven heeft gezet, is onderdeel van mijn succes geweest. Maar het had voor mij niets betekend zonder hen.

Ik wens je heel veel leesplezier! En wellicht zie ik je op een van mijn masterclasses: kijk op [www.arthurdontje.nl](http://www.arthurdontje.nl).

Grote groet,  
Arthur Dontje

De opbrengst van dit boek gaat in zijn geheel naar de Barry Foundation.

Kijk voor meer informatie op [www.barryfoundation.nl](http://www.barryfoundation.nl).



INHOUD

	‘Ooit heb ik ook zo’n fabriek...’	13
	Tussen Heiloo en Alkmaar	18
<b>1.</b>	<b>Kiezen voor chocolade</b>	<b>30</b>
	Groei	38
<b>2.</b>	<b>Een visie en een plan</b>	<b>50</b>
	Verlies	56
	Krulletjes	66
<b>3.</b>	<b>Internationaal</b>	<b>72</b>
	Naar Amerika	80
<b>4.</b>	<b>Wars van sentiment</b>	<b>90</b>
	Onderscheidend vermogen	98
<b>5.</b>	<b>De juiste mensen om je heen</b>	<b>106</b>
	De hoofdzuster	120
	Verkoop	124
	Familiebedrijf	128
<b>6.</b>	<b>Risico’s nemen</b>	<b>134</b>
	THT	142
	Nawoord: ‘Structure follows strategy’	148

Arthur Dontje



## WIE IS WIE?

Ruud Admiraal

Werkzaam bij Dobla  
van 2011 tot 2019

Indy Dontje

zoon van Arthur (1992)

Jolanda Dontje

vrouw van Arthur

Milan Dontje

zoon van Arthur (1995)

Henk Jongmans

Oud-werknemer van Dobla,  
vriend en zakenpartner van Arthur

Erik Kakebeen

Werkzaam bij Dobla  
van 1993 tot 2019

William Klinkenberg

strategisch adviseur van Dobla  
van 2012 tot 2018

Sjaak Schoon

Oud-werknemer van Dobla

‘Als je niet  
**groot denkt,**  
gaat het nooit  
**groot worden**’



# ‘Ooit heb ik ook zo’n fabriek’

Het is donderdagavond. Een schitterende zomeravond in 1985. De avondzon werpt een gouden gloed over de weilanden rondom Schiphol en glinstert op de daken van auto’s, die hun weg vinden van en naar Amsterdam. Een flard muziek dringt zich op vanuit de openstaande ramen van een oude Volkswagen. Op de linkerbaan van de A9 richting Alkmaar rijdt een glanzend gepoetste Mercedes met daarin twee mannen. Een vader en een zoon. Jan en Arthur Dontje.

Het is stil in de auto. Doodstil. Maar dat was even daarvoor wel anders. Jan Dontje, eigenaar van een groothandel in bakkerijgrondstoffen en chocolade decoraties in Alkmaar, hoort nog zijn harde woorden van zojuist nagalmen in zijn hoofd. Geïrriteerd trekt hij de knoop van zijn stropdas iets losser en knijpt met zijn vingers in het stuur. Samen met zijn zoon was hij vandaag op bezoek bij de firma Luijckx: een bedrijf dat kwalitatief hoogwaardige chocolade producten en decoraties vervaardigt, die worden geleverd aan onder andere brood- en banketbakers, patissiers en horeca.

19  
85



Bij wijze van hoge uitzondering mochten zijn zoon Arthur en hij vandaag een blik in de fabriek in Zundert werpen. Theo Graban, op dat moment verkoopleider bij Luijckx, heeft hen deze blik gegund omdat hij de jarenlange concurrentiestrijd tussen de beide bedrijven enigszins wil beslechten. Hij heeft voorgesteld de markt te verdelen en besloot een bepaalde openheid van zaken te geven. Tot aan hun bezoek in Brabant vandaag hebben de handelaren in chocolade hun business strikt geheim gehouden voor elkaar. Grondstoffen, verpakkingen, leveranciers, werkwijzes, klanten en recepturen voor het assortiment: top secret. Alles gebeurt achter gesloten deuren, om te voorkomen dat de concurrent er zijn voordeel mee zal doen.

Niet dat dat echt gelukt is. De firma Dobra, vernoemd naar haar oprichters Jan Dontje en zijn vrouw Gré Blank, kopieert er al jarenlang flink op los. Met name het assortiment in chocolade is sterk gebaseerd op alles wat de firma Luijckx in de markt zet. Echt grote verrassingen verwachtten Jan en Arthur Dontje die middag dan ook niet: ze houden het werk van Luijckx al jarenlang nauwlettend in de gaten. Maar het bezoek aan de fabriek in Zundert overtreft al hun verwachtingen. Sprakeloos zijn ze van wat ze daar hebben aangetroffen. Een grote hal met keurige en brandschone productielijnen, reusachtige tanks vol vloeibare chocolade, medewerkers in witte bedrijfskleding, zeeën van ruimte, een gigantisch magazijn. Alles ademt hygiëne, orde, rust en professionaliteit. Met name Arthur is diep onder de indruk van wat hij ziet en ervaart. Tientallen jaren later zal hij nog tot in detail kunnen beschrijven wat hij die zomerse middag in 1985 in Zundert heeft mogen aanschouwen.



Eerste Dobra fabriek 1968

Hoewel vader en zoon vooraf hadden bedacht aansluitend aan het bedrijfsbezoek een hapje te eten in de regio, stappen ze na hun vertrek bij Luijckx zonder verder overleg direct in de auto terug naar Noord-Holland. Lange tijd is het stil in de auto. De beide mannen overdenken wat ze hebben gezien. Vergelijken in hun hoofd de fabriek waar ze deze middag doorheen zijn gewandeld met hun eigen productielocatie aan de Kitmanstraat in Alkmaar. Daar liggen de verpakkingen hoog opgestapeld op een rommelige papierzolder, er wordt volop gerookt boven de productielijnen en alle medewerkers dragen bruine bedrijfskleding om de chocoladevlekken te verdoezelen. De productielijnen zijn vervaardigd van tropisch hardhout: niet volgens de voorschriften van de Keuringsdienst van Waren maar wel een wens van Dontje senior, die een voorliefde heeft voor een klassieke uitstraling. De omzet in chocolade bedraagt

• **Zijn stip op de horizon is gezet: hij wordt de grootste producent van chocolade decoraties ter wereld.**

• **Ze houden het werk van Luijckx al jarenlang nauwlettend in de gaten. Maar het bezoek aan de fabriek in Zundert overtreft al hun verwachtingen.**



binnen Dobra op dat moment nog geen miljoen gulden; Luijckx is medio jaren tachtig al goed voor zo'n vijftieng miljoen gulden. In niets lijkt de productielocatie van Dobra op wat Jan en Arthur Dontje die middag hebben gezien.

In de bocht van de A2 naar de A9, vlakbij Amsterdam, doorbreekt Arthur ineens de stilte. "Eens in mijn leven heb ik ook zo'n fabriek", zegt hij voor zijn doen ongekennd rustig, maar zeer vastberaden. De woorden vallen als bakstenen in de auto. Zo gemakkelijk als ze worden uitgesproken, zo moeizaam worden ze verteerd. Heel even is Jan Dontje sprakeloos. Dan barst hij in woede uit. Wat haalt zijn zoon zich wel niet in het hoofd? Is de bestaande groothandel hem soms te min? Met zijn idiote ambities en grenzeloze dromen zal hij het hele bedrijf nog om zeep helpen. Een fabriek opbouwen zoals Luijckx heeft: dat kán gewoonweg niet. Zijn zoon moet realistisch blijven en helder nadenken. Een fabriek zoals Luijckx heeft, is binnen Dobra uitgesloten. Basta!

Na zijn uitbarsting trapt Jan Dontje verbeten het gas in. Hij zwijgt totdat hij voor de deur van zijn woonhuis in Heiloo de auto parkeert. Arthur zwijgt ook. Maar hij heeft de woede van zijn vader allang van zich afgeschud. Hij staart uit het raam en voelt de energie stromen. Het was shockerend om die middag te ontdekken hoe ver hun eigen bedrijf momenteel bij de concurrentie achterloopt. Tegelijkertijd stimuleert het hem als nooit tevoren om Dobra naar een volgend niveau te tillen. Het is alsof Arthur ineens haarscherp zijn toekomst voor zich ziet. Hij wéét dat zijn vader gelijk heeft: zijn ambities zijn absurd groot. Wat hij wil, is ondenkbaar. Maar diep van binnen heeft zich een zaadje geplant en hij weet het heel zeker: óóit heb ik ook zo'n fabriek. Zijn stip op de horizon is gezet: hij wordt de grootste producent van chocolade decoraties ter wereld.

Artikel Quote, 3 oktober 2018

## **Dobla kan er wel chocola van maken; Arthur Dontje casht €150 miljoen**

De chocolademaker uit Heerhugowaard is overgenomen door IRCA, een Italiaanse leverancier van chocola en ingrediënten voor banketbakkers, horecabedrijven en ijsmakers. 'Ik ga van de zilvervloot richting Quote,' aldus eigenaar Arthur Dontje.

Door [Tom Wouda](#), [Sander Schimmelpenninck](#) en [Martijn Zeven](#)

03/10/2018 10:32

# Tussen Heiloo en Alkmaar

Arthur Dontje wordt geboren in een hoekhuis aan de Lyceumstraat in Alkmaar. Het is 31 maart 1959. De Lyceumstraat, een keurige straat met stijlvolle woningen uit de jaren dertig, ligt aan de rand van het centrum van de stad. Een paar honderd meter de ene kant op en Arthur zal bij zijn grootouders van moeders kant aan de Piersonstraat zijn. Een paar honderd meter de andere kant op en Arthur kan een balletje trappen in het park of met zijn grootvader vissen in de gracht. Hij is de tweede zoon in het gezin: broer Jan is hem voorgedaan in 1955. Achter het huis van hun ouders bevindt zich aan het einde van een betegelde binnenplaats een bescheiden magazijn: het magazijn van de firma Dobra, een groothandel in bakkerijgrondstoffen.

Vader Jan Dontje en moeder Gré Blank zijn samen eigenaar van het bedrijf, dat in 1955 is opgericht als een agentschap van Bakker Bolsward. Jaren later zal Arthur er nog regelmatig op wijzen dat zijn moeder niet voor niets drie letters in de bedrijfsnaam heeft gekregen en zijn vader slechts twee.

19  
59



● **Moeder Gré Blank en vader Jan Dontje**

● **Moeder Gré, geboren en getogen in Alkmaar, is de harde werker en het fundament onder het bedrijf.**

Moeder Gré, geboren en getogen in Alkmaar, is de harde werker en het fundament onder het bedrijf. Ze doet alles voor haar man en kinderen, maar zeker ook voor het bedrijf. Jarenlang wordt het bedrijf vanuit huis gerund en krijgt ze zeven dagen per week leveranciers en klanten aan de deur. Arthur staat er niet vreemd van te kijken wanneer de woonkamer van zijn ouderlijk huis op zondagmiddag wordt bevolkt door kinderen van bakkers uit de regio: of hij ze nu leuk vindt of niet, ze komen bij hen televisiekijken. Hun vaders doen ondertussen zaken met Jan Dontje. Wanneer het kantoor in 1972 wordt verplaatst naar de productielocatie aan de Kitmanstraat, komt moeder Dontje nog altijd tussen de middag met alle medewerksters thuis eten.

**Arthur: “Wat ik vroeger het állerlekkerste vond, was de kalfssoep van mijn moeder. Een heerlijk romige soep, die ze maakte met een pakje van Honig. Ze trok er een bouillon van en voegde er wat van haar geheime ingrediënten aan toe, zoals alleen moeders dat kunnen. En lekker dat het rook! Ik deed er een moord voor. Maar toen de medewerksters van Dobra tussen de middag bij ons warm kwamen eten, was het over met die romige kalfssoep. De dames wilden slank blijven en aten liever kippensoep. Zij bepaalden wat wij aten. Ik vond dat niet leuk, maar was er wel aan gewend.”**

Vader Jan wordt geboren in Amersfoort en groeit op in Arnhem. Tijdens de Tweede Wereldoorlog duikt hij onder bij familie in het Groningse Meeden en maakt daar kennis met het bakkersvak. Al tijdens zijn studie aan de bakkersvakschool in Wageningen wordt echter duidelijk dat hij niet zozeer een bakker, maar vooral een slimme strateeg is. Hij begint in 1950 als bakker op een hoekje van de Baansingel in Alkmaar.

● **Een handelsman pur sang. Een imposante verschijning ook: een knap uiterlijk, mooi haar en altijd strak in het pak.**



● **Eerste Dobra winkel**

Samen met zijn vrouw, die hij kort na de Tweede Wereldoorlog leert kennen wanneer hij als vertegenwoordiger werkt voor een meelfabriek in Alkmaar, leent hij vijfhonderd gulden van de plaatselijke kruidenier om een start te maken als zelfstandig ondernemer. Jan Dontje kiest er echter niet voor om 's nachts zelf voor de oven te staan. Bij collega's uit de regio koopt hij hun beste producten in. De een is een ster in het maken van gevulde koeken, de ander bakt het lekkerste krentenbrood. Jan Dontje koopt bij diverse bakkers in en verkoopt als zogenaamde 'koude bakker' de producten in zijn eigen bakkerswinkel. Een handelsman pur sang. Een imposante verschijning ook: een knap uiterlijk, mooi haar en altijd strak in het pak. Zelfs op de fiets of te paard zou hij een stropdas dragen.



Moeder Gré Blank en vader Jan Dontje

**Arthur: “Mijn vader had in de jaren zeventig een MG, zo’n typisch Engelse sportauto. Je had de MG en de Triumph, maar die laatste was voor mijn vader net te duur. Dan kwam hij aanrijden in zo’n Tweed pak: een knickerbocker met een kwastje eraan, van die rare lompe schoenen eronder, een petje, een gouden bril en van die gaatjeshandschoenen. Ik zei: ‘Wat krijgen we nou, Pa? Ben je directeur van een circus geworden?’ Kon die ouwe helemaal niet waarderen, zulke grapjes. Maar tegelijkertijd had hij er volkomen schijt aan: als hij zin had om in vol Engels ornaat te verschijnen, dan deed hij dat gewoon.”**

In 1955 wordt de bakkerswinkel ingeruild voor het agentschap van Bakker Bolsward. De oprichting van Dobla is een feit en als grossier verkoopt Dobla allerhande grondstoffen voor ambachtelijke bakkers in Noord-Holland: meel, krenten, rozijnen, zout, suiker en noem maar op. Alleen gist en slagroom neemt Jan Dontje niet op in zijn assortiment. Hij kan er niets aan verdienen en vindt het daarom volstrekt oninteressant. Bakkers van Haarlem en Amsterdam tot aan Den Helder behoren tot de klantenkring. Al is Dobla bepaald niet de enige groothandel in bakkerijgrondstoffen in die tijd. In Nederland zijn in de jaren zestig en zeventig zeker vijftig tot zestig verschillende grossiers actief. Ze werken regionaal en zijn sterk verzuild georganiseerd.

**Arthur: “Er is een oud schriftje bewaard gebleven, waarin mijn vader de bestellingen opschreef. Op elke bladzijde staan bakkersnamen met bestellingen. Zoveel meel, zoveel spijs, zoveel rozijnen. Met daarachter, in kleine lettertjes, een bedrag. Mijn vader hield er namelijk van meteen uit te rekenen wat hij aan een bestelling verdiende. Altijd was hij aan het rekenen en cijferen. Apetrots wanneer hij een nieuwe Mercedes contant kon betalen.”**

19  
55

### • Als grossier verkoopt Dobla allerhande grondstoffen.

In 1961 verhuist het gezin inclusief het bedrijf naar de voormalige bakkerij van Arie Dekkers aan de Bierkade in Alkmaar: een pand middenin de stad en aan het water, waarachter een groter magazijn is gevestigd. Het krioelt er van de ratten; wanneer men naar binnen wil, slaat men eerst een aantal keren hard tegen de deuren. In dit magazijn wordt een bescheiden ruimte ingericht voor de productie van chocolade cupjes, die een bakker kan vullen met slagroom of bavaroise (zogenaamde halffabrikaten) en van chocolade rondjes en

‘Altijd was hij  
aan het rekenen  
en cijferen’

maantjes, die dienen als decoratie van gebakjes of taarten. Een jaar later koopt Jan Dontje midden in de nacht een woonhuis van Fiatdealer Pouwels uit Alkmaar. De jaren zestig bungalow aan de Westerweg staat tussen Alkmaar en Heiloo in, dicht bij het Heilooër bos. Op 31 maart 1962, de derde verjaardag van Arthur, betreft het gezin de vrijstaande woning, die zij tot 1996 als het ouderlijk huis zullen aanhouden.

**Arthur: “Het huis aan de Westerweg had een enorm lange oprijlaan. Althans, voor mij als driejarige. Het was een eindeloos pad, met halverwege een kleine bocht erin. Auto’s die op bezoek kwamen, trokken een spoor in het zand en daar fietste ik op mijn driewieler dikwijls als een bezetene doorheen. In mijn beleving was dat pad minstens honderd kilometer lang. Het is een van mijn eerste herinneringen aan het huis waar ik tot mijn 22e met heel veel plezier heb gewoond.”**

Het gaat de familie Dontje voor de wind in de jaren zestig en zeventig. Er wordt hard gewerkt, maar er is ook veel plezier. Jan Dontje leeft het leven van een typische middenstander uit die tijd. Hij heeft als eerste inwoner van het dorp een Mercedes, een kleurentelevisie én een zwembad in de tuin. Er zijn stallen voor paarden en er is een garage voor vier auto’s. Feestdagen worden uitbundig gevierd, vaak met een groot deel van de familie. Ook tijdens uitstapjes in binnen- en buitenland gaat er vaak familie mee. Drank vloeit rijkelijk, tafels zijn goed gedekt en de muziek staat dikwijls op tien.



**Arthur: “Het kerstfeest begon bij ons vroeger thuis al om zes uur ’s ochtends. De avond ervoor at de hele familie bij elkaar en bij het ontbijt ging iedereen gewoon weer verder; óók met de drank. Rond een uur of elf in de ochtend was iedereen opnieuw dronken. Dan werden we uitgelaten op het strand van Egmond of Bergen: het lag er maar net aan hoe de wind stond. Na afloop reden we terug naar Heiloo. En terwijl de ooms en tantes dan net als mijn ouders hun roes uitsliepen, bereidden wij als kinderen boven toneelstukjes voor. Rond een uur of vier, vijf was iedereen weer opgefrist en om zeven uur kwam het kerstdiner op tafel. Alles maakte mijn moeder zelf: rollades, kalkoenen en noem maar op. Zij kon alles aan, was echt een ongelooflijk sterke vrouw. Ook fysiek trouwens. Als zij je een klap voor je kop gaf, deed het écht zeer. Maar ik ben niet veel geslagen hoor, in mijn leven. Het zijn vooral dierbare herinneringen aan die tijd.”**

Huize Dontje kenmerkt zich in die jaren door chaos en rumoer. Er zijn altijd mensen, er is altijd geluid. Ook zijn er aan de Westerweg altijd en in overvloed dieren aanwezig. Jan Dontje houdt van paarden en heeft een huis gekozen waar hij paarden aan huis kan houden. Hij zadelt ze dikwijls op voor een rit en heeft ook karretjes om achter de paarden te spannen. Ook zijn er altijd honden bij de familie. Arthur en zijn broer Jan schelen slechts vier jaar, maar zijn in hun hele leven nauwelijks op elkaar gericht geweest.

Een aantal maanden per jaar is het minder gezellig aan de Westerweg. Vader Jan kan slecht tegen het vallen van de bladeren, raakt daar somber van en drinkt veel in de weken voor en na de feestdagen in december. De alcohol maakt van hem in de winter een onaangename man, die in die weken soms van de een op de andere dag niets meer tegen je zegt en zeer onredelijk kan zijn tegenover zijn vrouw. Zodra de lente doorbreekt, gaat het beter. Hij schaamt zich voor zijn gedrag, overlaadt vervolgens zijn vrouw met cadeautjes om het goed te maken. Zij vlucht echter vooral in het werk en verhardt.

**Arthur: “Mijn vader was een aparte man. Omdat mijn moeder niet wilde kamperen, had hij een caravan in de tuin staan met een tent eraan. Daar ging hij ’s morgens met zijn koffie en zijn krant zitten. Ook dronk hij vaak koffie in een camper, die hij bij de zaak had geparkeerd. Tegelijkertijd kon hij een superleuke vader zijn. Hij bezocht regelmatig dierenparken met ons en ging met ons op vakantie. Ik had een goede band met hem. Hij was geen vader die lieve woordjes tegen je zei, maar hij heeft mij wel van jongs af aan uitgedaagd. Toen ik als kind een cassette recorder wilde kopen met een radio en een microfoon erbij, zodat ik opnames van mezelf kon maken en muziek kon opnemen, moest ik chocolaatjes komen inpakken in de**

**fabriek. Zeventig cent per doosje kreeg ik en ik kon er amper drie in een uur af krijgen. Soms lukte dat niet eens en werd ik stiekem geholpen door het personeel, dat met dat huilende mannetje te doen had. Uiteindelijk had ik toch voldoende geld verdiend om die cassette recorder te gaan kopen bij de plaatselijke radiowinkel. Hij had twee exemplaren staan: eentje van roestvrijstaal en een duurdere variant van hout. Gaf die verkoper mij toch per abuis dat duurdere exemplaar mee! Ik heb niets gezegd. Later bleek dat mijn vader dat al had geregeld en het verschil had bijgelegd.”**

**Arthur: “Mijn moeder was goed voor haar man en kinderen, ook al waren wij bij het vrouwonvriendelijke af. Wanneer we gingen eten, kregen we aardappelen, groente en jus op ons bord en wachtten totdat zij dat voor ons door elkaar had geprakt. Wij deden niks! We zaten gewoon te wachten totdat zij ons eten had klaargemaakt. De eerste**

**‘Hij was geen vader die lieve woordjes tegen je zei, maar hij heeft mij wel van jongs af aan uitgedaagd’**

**keer dat ik bij een meisje thuis bleef eten, vroeg haar moeder of ik geen trek had. Toen pas besepte ik dat ik zelf moest opscheppen. Wij hebben als gezin veel, zo niet alles aan mijn moeder te danken. Maar zij was geen lieve of zachtaardige vrouw. Ik had eens bij de burens gezien dat mijn buurjongen toen hij ziek was met een dekentje en een kussen op de bank werd gelegd. Hij kreeg bovendien een haring om weer wat aan te sterken! Dat leek mij ook wel wat. Dus toen ik een keer mijn dag niet had, zei ik tegen mijn moeder dat ik ziek was. Ik wilde op de bank gaan liggen, maar mijn moeder zei: ‘Nee Arthur, zieke mensen liggen boven.’ Lag ik ineens weer op bed in mijn saaie slaapkamer. Tot overmaat van ramp verscheen de tuinman voor de ramen, die zo de luiken dichtsloeg. Zag ik helemaal niets meer! En die haring heb ik natuurlijk ook nooit gekregen. Andere kinderen kregen een sinasprilletje om op te knappen; mijn moeder sloeg een Chefarine 4 met de hamer tot poeder en loste dat op in een glas water. Bitter dat dat was... Diezelfde middag was ik weer beter.”**

In december 1971 brengt Sinterklaas een skelter mee voor Arthur. Het is een droomcadeau, want Arthur heeft al op zijn vijfde een kart gezien bij een kennis en kent sindsdien de teksten van het boekje ‘Alles over karting’ compleet uit zijn hoofd. Die skelter met een motortje achterop: mágisch vindt hij het.

**Arthur: “Een neef van mijn vader kwam uit de bekende motorfamilie Kostwinder. Toen we een keer op een zaterdagavond met z’n allen aan tafel zaten bij een hotel in Alkmaar, zei mijn vader ineens: ‘Ik heb een neef die heel goed kan motorracen. En die rijdt morgen in Assen. Wie zou hem willen zien?’**

19  
71

**Arthurs eerste eigen skelter vormt het begin van een levenlang liefhebber zijn van snelheid en de racerij.**

**Mijn broer en ik waren natuurlijk meteen dolenthousiast. En dan gingen we ook: middenin de nacht naar Assen. Ik was zeven jaar oud en mijn neef zou winnen: dat wist ik zeker. Maar die neef bleek een Yamaha te rijden. Anderen reden op een Agusta! Het werd een desillusie van jewelste. Later gingen mijn vader en ik regelmatig naar motorraces, het hele land door. Ik ruimde flesjes op, waarmee ik geld verdiende. Af en toe mocht ik bovenop de motor van mijn neef zitten. Dan deed ik net alsof ik rondscheurde, met bijbehorende racegeluiden. Geweldig vond ik dat! Daar is de liefde voor het racen ontstaan.”**

Arthurs eerste eigen skelter vormt het begin van een levenlang liefhebber zijn van snelheid en de racerij. Na schooltijd en naast de klusjes die hij voor Dobra verricht, is hij vanaf dat moment op de skelter en later op de kartbaan te vinden.

De kartbaan vormt hem gedurende zijn puberteit: hij heeft geen belangstelling voor buurthuizen, lokale kroegen of discotheken. Al zijn vrije tijd en al zijn zakgeld gaat op aan karten. Op Kartbaan Uitgeest leert hij racen, maar komt ook in contact met veel andere mensen en zet zijn eerste stappen in het buitenland. Er ontstaan vriendschappen voor het leven en Arthur voelt zich op de kartbaan gewaardeerd. Thuis voldoet hij niet echt aan de verwachtingen en gaat zijn eigen weg. Op de kartbaan vindt hij gelijkgestemden.

**Arthur: “Ik zat in de zware klasse en moest 80 kilo wegen bij een lengte van een meter negentig. In het begin reed ik met lood in mijn zakken, maar dat was later niet meer nodig. Op de kartbaan heb ik leren winnen en verliezen. En onderhandelen, bijvoorbeeld in de verhuur. Ik heb er veel mensenkennis opgedaan. In de kartwereld liepen namelijk zeer uiteenlopende en soms heel vreemde types rond. Sommigen kwamen met contant geld in vuilniszakken aan. Mijn Italiaanse sponsor heeft later De Nederlandsche Bank beroofd. En heb je weleens van een looddieet gehoord? Dat betekende dat iemand een kogel in zijn lijf had gekregen. Ik heb er ongelooflijk veel meegemaakt en ontzettend van genoten. Het heeft me ook gevormd. Door de trips naar het buitenland ontstond het verlangen over de grens te kijken. Ik weet zeker dat hier mijn voorliefde voor export is ontstaan.”**

• **Op Kartbaan Uitgeest leert hij racen, maar komt ook in contact met veel andere mensen en zet zijn eerste stappen in het buitenland.**

‘Mijn Italiaanse sponsor heeft later De Nederlandsche Bank beroofd’

Moeder Gré had liever een andere sport voor haar zoon gekozen. Een tijdlang probeert ze Arthur op hockey en tennis te krijgen. Het past bij een gezin dat enigszins op stand leeft. Ze weigert bijvoorbeeld ook spijkerbroeken voor haar zoons te kopen: ze noemt dat Chinese kleding en die komt er bij huize Dontje niet in. Maar Arthur is niet gevoelig voor dergelijke rangen en standen. Hij wil alleen maar karten en voetballen. Hij pist op de hockeyclub tegen de auto van de voorzitter en hoeft er niet meer te komen. Ook weer opgelost.



19  
78

**Arthur: “In februari 1978 zei ik ineens: ik stop ermee. Ik stop met karten. De poen was op. Dat is het radicale dat in me zit. Karten werd ook steeds duurder: een setje banden kostte eerst 250 gulden en zeven jaar later 400 gulden. Het was eigenlijk onbetaalbaar geworden, want die bandensetjes vlogen je om de oren. Van de een op de andere dag heb ik er dan genoeg van. Ik ben heel zwart-wit. Ik heb alles verkocht, het geld op de bank gezet en ik ben aan de slag gegaan bij mijn vader.”**

‘Van de een op de andere dag heb ik er dan genoeg van. Ik ben heel zwart-wit. Ik heb alles verkocht, het geld op de bank gezet en ik ben aan de slag gegaan bij mijn vader’



**‘Ooit  
heb ik ook  
zo’n fabriek’**



# Kiezen voor chocolade

# 1

Er staan drie grote draken op het terrein. Vier tot zes mannen per kleurrijk pak, die wilde sprongen maken en begeleid worden door trommelaars. Hier in Vietnam is het heel gebruikelijk om bij de officiële opening van een bedrijf draken uit te nodigen. Zij verjagen de kwade geesten en zullen het bedrijf voorspoed brengen. Ik heb ze eerder al gezien, toen de grond waarop Dobla haar nieuwste fabriek in Phu My heeft gebouwd werd ingewijd. Op de slagen van de drum gingen hier enkele maanden geleden tijdens een grootse ceremonie de graafmachines aan de slag. Ik stond naast een monnik, die geld verbrandde om winstgevendheid

over het bedrijf af te roepen. Een veel te klein petje op mijn hoofd en drie keer zo groot als de gemiddelde Vietnamees. Aan een spit even verderop hing een zwaar varken, dat alvast werd gebraden om na afloop alle medewerkers te eten te geven. In gebrekkig Engels hield ik na afloop van de ceremonie een korte speech. Zelden ben ik me er meer dan toen van bewust geweest dat ik met onze handel in Vietnam in een totaal andere wereld terecht was gekomen.

## ‘In chocolade heb ik altijd grote kansen gezien’

Vandaag zijn we een heel stuk verder dan op de dag van die ceremonie. Uit een busje bij de ingang stapt een aantal keurig geklede, Vietnamese meisjes. Mijn eerste medewerkers op Vietnamese bodem. In de afgelopen maanden zijn zij in een klaslokaal in Ho Chi Minh City klaargestoomd voor een carrière in de chocolade. Ze hebben allemaal Engels geleerd en gaan handgemaakte chocolade decoraties maken voor Dobra. Ik heb diverse Nederlandse patissiers en adviseurs laten overvliegen om hen het vak te leren en de fijne kneepjes bij te brengen. Trainen, trainen en nog eens trainen. De eerste container met tonnen chocolade staat klaar om te worden verwerkt. Bij de start in 2011 zijn ze met 26 meisjes in totaal. Als ik in 2018 voor de laatste keer de productielocatie van Dobra in Phu My bezoek, zullen er meer dan driehonderd medewerkers zijn.

In chocolade heb ik altijd grote kansen gezien. Het is een product dat om creativiteit vraagt en dat uitdagingen biedt. Niet dat ik er zelf ooit mee aan de slag ben geweest: ik houd niet van het gefriemel op de vierkante centimeter en kan niet eens chocolade tempereren. Je doet me zelfs geen plezier met een bonbon of een reep chocolade. Ik ben vooral geïnteresseerd in wat je van chocolade kunt maken. En welke visie je daarop kunt loslaten. Zoals met alles gaat het mij om de creativiteit: hoe ga je ermee om en wat kun je ermee doen? In alles wat ik doe zoek ik naar de toegevoegde waarde. Kunnen we iets in de productie veranderen? Kunnen we er een slimme marketingtruc op loslaten? Dáár wordt het voor mij interessant.

Chocolade decoraties noem ik ook wel de lingerie van het gebak: de inhoud wordt er niet beter van, maar het product als geheel ziet er wel veel lekkerder uit. Onweerstaanbaar. Je krijgt er trek van. Dobra maakt chocolade cups en decoraties, die door onze afnemers voornamelijk voor gebak en desserts worden gebruikt. Ook produceert Dobra schaafsel, spikes en druppels van chocolade, die bijvoorbeeld worden gebruikt in cookies of cake. Het streven is altijd geweest producten te leveren met een ambachtelijke uitstraling, die kan worden verkregen tegen een fabrieksprijs. Een chocolade decoratie oogt leuk en is eetbaar. Daarmee is het een van de goedkoopste garneringen geworden voor banketbakers en chefs. Vergeleken

met bijvoorbeeld een schildje van marsepein liggen de kosten per gebakje zo’n zeventig procent lager.

Ik heb me altijd op decoraties gericht en me niet gewaagd aan repen chocolade of bonbons. Ik vind dat je je focus moet houden, wanneer je ergens aan begint. Je moet niet schieten met hagel, maar met scherp. Op een gegeven moment kies je de markt waarin je je verder wilt specialiseren. Voor mij werden dat de decoraties.

Misschien ken je mij van de Funnies: de gekleurde chocolaatjes die sinds 1997 in de hagelslag van Venz zijn verschenen. Toen mijn twee zoons nog klein waren, nam ik hen op zaterdag regelmatig mee voor een leuk uitstapje. We gingen wandelen, fietsen, naar de Waddeneilanden of naar de dierentuin. Het was mijn oudste zoon Indy, nog klein en op dat moment zonder voortanden, die tijdens een van deze uitjes onderweg bij een tankstation om een zak chips vroeg. Aanvankelijk haalde ik een verkeerd merk. ‘Ik wil Smiths hebben!’, sliste hij geïrriteerd. Verbaasd over zijn vastberadenheid ruilde ik de zak om en betaalde vijftig cent extra voor de chips van zijn keuze. Eenmaal in de auto rukte hij de zak open, viste er intens tevreden een of twee flippo’s uit en smeede de chips zonder daarvan te eten of er verder belangstelling voor te hebben op de achterbank.

## Flippo

Een flippo is de benaming voor een schijfje van kunststof of karton dat als premium gratis bij de chips van Smiths zat. Op de flippo werden verschillende stripfiguren afgebeeld, waaronder ook de personages uit de Looney Tunes. In België en Nederland werd de flippo voor het eerst geïntroduceerd in 1995, waarna er een ware rage ontstond. Vooral bij kinderen van de basisschoolleeftijd was de flippo om te verzamelen en onderling te ruilen erg populair. Ook werden met de flippo verschillende spelletjes gespeeld; deze werden zowel door de fabrikant als door de kinderen zelf verzonden en meestal was het doel hiervan het winnen van andermans flippo’s.

Bron: Wikipedia

**‘Chocolade decoraties noem ik ook wel de lingerie van het gebak: de inhoud wordt er niet beter van, maar het product als geheel ziet er wel veel lekkerder uit’**

Het zijn dingen als dit die mij inspireren. Ik bedacht kleine figuurtjes van gekleurde chocolade, die de grootste fabrikant van hagelslag in zijn pakken kon verstoppen. Eerst wilde ik ze Verstappertjes noemen, omdat Jos Verstappen regelmatig in de grindbak eindigde en hagelslag naar grind kan verwijzen. Zijn management was niet enthousiast over het idee. Toen werden het clownsopjes, daarna Flubbers en tenslotte Funnies. Het succes was ongekend. Een commodity, oftewel een bulkgoed zoals hagelslag, waarmee je je qua vorm, smaak of kwaliteit nauwelijks van andere producenten kunt onderscheiden zodat je de strijd eigenlijk alleen op prijs kunt winnen, werd ineens een product dat gevraagd werd door ieder kind. Er kwamen bij Venz boze brieven binnen van moeders die minder bedeed waren en er werden complete oorlogen gevoerd aan de eettafel.



### **‘Misschien ken je mij van de Funnies: de gekleurde chocolaatjes die sinds 1997 in de hagelslag van Venz zijn verschenen’**

Ik heb mijn idee getest tijdens een wintersportvakantie in Gerlos. Met vrienden en hun kinderen zaten wij in een restaurant aan de ontbijttafel. Ik had een pak hagelslag met Funnies op tafel gezet. De zoon van een van mijn beste vrienden probeerde de Funnies, waarvan er natuurlijk maar twaalf of veertien in een pak zitten, op slinkse wijze uit het pak te friemelen. Toen hij daarbij uiteindelijk de hagelslag in zijn ogen strooide en wij in lachen uitbarstten, schold hij me uit pure frustratie uit en rende van tafel. Dat maakte zijn vader weer woedend, waarop de chaos compleet was. Ik dacht bij mezelf: dit gaat wel werken. Het is een van beste marketingideeën die we ooit gelanceerd hebben.

Column Mischa Kat

# De terreur van flubbers en funnies

Het is de geniaalste marketing-truc van de laatste jaren, nu al een classic in reclameland: flubbers en funnies. Dit zijn stukjes gekleurde chocola (groen, geel en rood) in de vorm van geinige spoken (de flubbers) en insectjes (de funnies) die al schuddend uit een pak hagelslag op de kinderboterham terecht kunnen komen. Kunnen komen, want soms zijn het louter bruine korrels die uit het pak komen. En hier zit het probleem: sinds deze trouvaille op de markt verscheen, is het ontbijt in menig huishouden niet meer hetzelfde als vroeger, toen hagelslag nog gewoon hagelslag was.

Bij ons is de invloed van de flubbers en de funnies immens geweest. Het begon een jaar geleden, toen de flubbers verschenen: hagelslag met groene spoken. Mijn zoontje (5) wilde alleen nog hagelslag op zijn brood en raakte geobsedeerd door het aantal flubbers dat hij per boterham `scoorde'. Een snee met hagelslag zonder flubber weigert hij op te eten: de hagelslag wordt op het bord gekieperd en een nieuwe lading op het brood gestrooid – een nieuwe lading, nieuwe kansen. De pakken hagelslag zijn niet meer aan te slepen.

Afgelopen maand deed hij een verbijsterende ontdekking. “Pappa, ze hebben nu nieuwe hagelslag met flubbers in drie kleuren. Dat is extra leuk, want dan kan je niet alleen kijken hoeveel je er hebt, maar ook welke kleuren je hebt!”

Met de funnies heeft de terreur definitief bezit genomen van de ontbijttafel. Het andere beleg hoeft niet eens meer op tafel. En het laten eten van een boterham met ‘hartig’ vereist bovenmenselijke inspanning. Het strooien van de hagelslag is een tijdrovend ritueel geworden: eerst wordt het pak minutenlang geschud. Vervolgens wordt, als na enig strooien nog geen funnie zijn weg naar buiten heeft gevonden, opnieuw geschud en door de strooi-opening in het pak gekeken, een ritueel dat zich minutenlang kan herhalen. Als ik zelf een boterham met hagelslag neem en ik krijg meer funnies dan hij, eist hij dat ik ze terugstop in het pak ‘omdat funnies niet voor grote mensen zijn bedoeld’. Wat doet een wijze vader in zo’n geval? Ik weiger ze in elk geval terug te stoppen.

Het vervelende is dat mijn zoontje niet meer kan genieten van een boterham met gewone hagelslag, hagelslag zonder funnie. Met een diep, intens verdriet kijkt hij naar zijn boterham en vraagt na twee happen of hij weer een nieuwe mag maken. Ik vraag me angstig af wat de toekomst in petto heeft. Hagelslag met de hoofdjes van soapsterren, profvoetballers, stripfiguren? Hoe ver kun je, mag je gaan in het marchanderen met de kinderziel?

In: NRC Handelsblad, 26 maart 1999



Dobla produceert premium chocolade cups en decoraties voor klanten over de hele wereld. Niet alleen ambachtelijke bakkers, ook toprestaurants, cateringbedrijven en multinationals zoals Singapore Airlines, Starbucks, Kellogs, Nestlé, Dunkin' Donuts en Flying Emirates nemen voor hun producten wereldwijd chocolade decoraties van Dobla af voor hun gebak en desserts. In de beginjaren bestaat het assortiment van Dobla uit chocolade cups en dichte decoratiechocolaatjes, die worden verkocht onder de naam Galettes Assorti Puur. De chocolade cups, in twee formaten - een petit four en een berenklauw -, vormen halffabrikaten: hierin legt de bakker

bijvoorbeeld een vruchtje en werkt het vervolgens af met slagroom of bavarois. In het assortiment anno nu bevinden zich honderden verschillende producten van chocolade: van klassieke bloemetjes, krullen en cigarillo's tot zeer waarheidsgetrouwe walnoten, frambozen, pinda's of schijfjes citroen. Evenals de gesp van de riem van de kerstman of een portie Franse frietjes. De decoraties van Dobla worden op dit moment vervaardigd in fabrieken in België, Amerika en Vietnam. De keuze voor deze productielocaties betekent dat er wereldwijd en 24/7 wordt geproduceerd én verkocht. De kans is dan ook zeer klein dat je nog nooit een chocolaatje van Dobla hebt geproefd.

Kijk voor meer inspiratie en verhalen van Arthur op [www.arthurdontje.nl](http://www.arthurdontje.nl) of scan met je ingebouwde camera →



# Groei

Hoewel het niet persé Arthurs bedoeling is om in het bedrijf van zijn ouders te stappen, raakt hij gaandeweg toch steeds meer betrokken bij Dobra. Als opgroeiende jongen fungeert hij als bezemjongen. Hij wast de vrachtwagens, ruimt het magazijn op en helpt nu en dan in de productie. Nadat hij met veel tegenzin, een hoop gespijbel en regelmatig afkijken een diploma aan de MAVO in Heiloo heeft weten te behalen, begint hij als chauffeur voor de groothandel te rijden. Het is hard werken en fysiek uitdagend. Met een grote vrachtwagen richting kleine ambachtelijke bakkers rijden, die dikwijls middenin de stad zijn gevestigd. Trappetjes op en trappetjes af met kilo's grondstoffen op je rug, met zware zakken meel de kelders van een bakkerij in.



Arthur heeft er lol in. Geen moeite is hem teveel en zelfs voor kleine bestellingen is hij in staat helemaal naar de kop van Noord-Holland te rijden. Klanten krijgen waar ze om vragen en wanneer ze het nodig hebben: dat is voor hem niet meer dan vanzelfsprekend. Zijn contacten met de bakkers in Noord-Holland zijn goed. Bij velen van hen komt hij al jarenlang over de vloer. Misschien is het ook daarom dat hij niet alleen goederen aflevert, maar regelmatig een kind mee terug neemt om het af te zetten bij school. Ook brengt hij op zaterdag brood van bakkers richting supermarkten, omdat zij zelf niet over groot vervoer beschikken. Het komt zelfs voor dat hij in het weekend bakkers helpt verhuizen met de vrachtwagen van Dobra of dat hij met de witte Mercedes van zijn vader chauffeur is voor een bruiloft.

**Arthur: “Ik heb in die beginjaren ongelooflijk veel geleerd van de ambachtelijke bakkers waar ik kwam. Ze hadden allemaal hun eigen kennis en ik pikte daaruit wat ik nodig had en goed kon gebruiken, net zoals mijn vader vroeger uit hun producten een keuze maakte voor zijn eigen assortiment. Bakker Jaap Brakenhoff uit Krommenie onderwees me vaak over ingrediënten. Hij was om vier uur wakker; om half vijf was hij aanspreekbaar. Dan ging ik naar hem toe en legde hij me uit wat er allemaal**

• **Aan het einde van de jaren zeventig staat groothandel Dobra stevig in de markt.**

**te koop was. Bakker Harry de Groot uit Purmerend heeft me een keer helemaal verrot gescholden toen ik hem diepgevroren croissants probeerde te leveren. En hij had gelijk: ambachtelijke bakkers moeten hun eigen producten maken om altijd onderscheidend te blijven. Banketbakker Roel Landsaat, een van de eerste homoseksuele mannen die ik in mijn leven heb leren kennen, leerde mij niet alleen alles over het vetgehalte van slagroom, maar gaf mij ook een kijkje in een heel andere wereld dan ik van mijn ouders kende. Hij nam me mee uit eten in Amsterdam en ik keek mijn ogen uit. Van hem leerde ik hoe je dingen moet presenteren om ze zo aantrekkelijk mogelijk te maken.”**

Aan het einde van de jaren zeventig staat groothandel Dobra stevig in de markt. Samen met elf andere grossiers, allemaal kleinschalige familiebedrijven, verenigen ze zich tijdens een bijeenkomst in Nijmegen aan het begin van de jaren tachtig in een overkoepelende grossiersorganisatie: Baktotaal. Het is een stap die voor Jan Dontje niet per se meer had hoeven, maar die Arthur graag wil zetten. Hij ziet kansen in deze samenwerking en beseft heel goed dat men zich moet verenigen om grotere slagen te kunnen maken. Vanaf dat moment kijken grossiers én klanten in toenemende mate ook over geloofsovertuigingen heen. Verzuiling speelt een steeds kleinere rol en dat betekent dat een katholieke grossier niet langer automatisch de katholieke bakkers als klant krijgt. Voor iedere klant moet nu worden gevochten en de concurrentie neemt toe. Arthur krijgt er meer merken bij en begint ook gist en slagroom te verkopen om een totaalleverancier te kunnen zijn. Dobra groeit uit tot een professionele grossier met eigen vrachtwagens met koeling en vriezers. Het gaat Dobra in die jaren voor de wind; de omzet groeit naar circa achttien miljoen gulden. De omzet in chocolade bedraagt op dat moment zo'n 1,2 miljoen gulden.

Arthur: “Natuurlijk vingen we elkaar in die jaren als grossiers de klanten af. Maar we zijn daar geen van allen groter van geworden. We hebben de positie van Baktotaal later uit handen gegeven door interne ruzies en gekonkel. Je moét je goed organiseren als je groter wilt worden. In chocoladeland geldt precies hetzelfde. Ooit zag ik bij onze concurrent Luijckx de Soiree: een heel mooi chocolade galetje. Ik vroeg hen of ze dat product ook onder mijn label wilden produceren. Dat deden ze niet. Toen heb ik die chocolaatjes letterlijk gekopieerd en ik noemde ze Victorie: een knipoog naar mijn stad Alkmaar, maar feitelijk natuurlijk ook een lange neus naar Luijckx. Het was pure dommigheid van hen om de productie voor ons te weigeren: nu hadden ze een concurrerend product in de markt, waaraan ze zelf niets verdienden.”

‘Ik heb in die beginjaren ongelooflijk veel geleerd van de ambachtelijke bakkers waar ik kwam’

Dan zet de nieuwe directeur van groothandel Beko IJsselstreek in Olst in 1983 in één klap een ferme streep door de rekening. Hij weigert nog langer chocolade bij Dobra in te kopen, omdat Dobra voor Beko niet alleen een leverancier is, maartegelijkertijd als groothandelaar ook een concurrent. Dobra verliest hiermee van de een op de andere dag het grootste deel van haar chocoladehandel: een harde klap voor het bedrijf.

**Arthur: “Ik lag op bed in de slaapkamer van mijn ouderlijk huis in Heiloo. Doordat de deur op een kier stond, hoorde ik mijn ouders in hun slaapkamer, aan de andere kant van het trapgat. Mijn vader rookte, zoals elke avond, zijn laatste sigaret van de dag op de rand van het bed. Hij was in mineur. Het vertrek van Beko had niet alleen de omzet, maar ook zijn zelfvertrouwen een flinke knauw gegeven. ‘Het gaat niet goed zo, Gré’, hoorde ik hem zeggen. ‘Als we de helft van de omzet vasthouden, mogen we blij zijn.’ Het zijn uitspraken als deze die iets in mij iets wakker schudden. Er borrelt op zulke momenten een bijna pedante bewijsdrang in mij naar boven. Wie groot wil worden, moet groot denken. En het heeft voor mij altijd als een paal boven water gestaan dat ik Dobra heel groot wilde maken. Dingen die klein blijven, interesseren me niet. Bij mij moet alles groot, liefst nog groter. Een klant die vertrekt? Ik blijf daar niet in hangen, maar kijk vooruit en denk in oplossingen.”**

**Beko IJsselstreek zet in 1983 in één klap een ferme streep door de rekening.**

## ‘Als we de helft van de omzet vasthouden, mogen we blij zijn’

Arthur groeit binnen Dobra door van chauffeur naar de functie van reiziger of pionier: een vertegenwoordiger die koude acquisitie pleegt langs de weg. Hij heeft in die tijd drie overhemden in zijn auto hangen, omdat hij zweet als een otter wanneer hij zomaar bij een potentiële klant moet binnenlopen om de producten van Dobra aan de man te brengen. Liever zat hij nog gewoon op de vrachtwagen om bestellingen af te leveren, maar zijn vader dwingt hem een stapje erbij te zetten. Hij herkent de natuurlijke laksheid van zijn zoon, maar erkent ook een bepaald talent.

Ondanks het verlies van de grote klant heeft Dobra in de jaren tachtig de vlam in de pan. Vader Jan introduceert naar het idee van de tompouceplakken van Smelik de zogenaamde versiergebakjes: bouw pakketjes, waarmee consumenten zelf een mooi gebakje kunnen maken. In de doos zitten tien chocolade cupjes in verschillende vormen, die de koper zelf naar eigen smaak en wens kan vullen.

**Arthur: “In die jaren was alles nog zeer houtje-touwtje georganiseerd. Er was geen inpaklijn of een lopende band. We liepen met een groepje achter elkaar aan om die doosjes met versiergebak te vullen. Iemand zette een polystyreen bakje neer. Dat vulden we vervolgens, in polonaise achter elkaar aan, met een tray en chocoladebakjes. Vervolgens moest er een spuitmondje in en een poeder, dat je moest dubbelvouwen. Dan een dropzak: die moest je in de lengte vouwen en weer dubbel. Daar kwam een velletje op, dan een dekseltje en vervolgens een sleeve. Het doosje werd aan twee kanten dichtgelijmd, gecodeerd en in een grote doos gedaan. Als ook die doos was dichtgeplakt, was het klaar. Er werd niet over nagedacht of je er op die manier iets aan kon verdienen. Er was geen geld en we investeerden nog niet in lijnen of machines: je deed het gewoon met elkaar. We vonden dat toentertijd de normaalste zaak van de wereld.”**

In 1985 wordt een tweede bedrijfspand gekocht in de Kitmanstraat in Alkmaar: nummer 18. Het pand op nummer 7 is op dat moment al sinds 1968 in bezit van Dobra. Daar, op bedrijventerrein Overdie, heeft Jan Dontje een bedrijfspand gebouwd, dat ondertussen al driemaal is vergroot. Op nummer 18 wordt een grote fabriekshal neergezet van tweeduizend vierkante meter. Hier huist voortaan de groothandel. Op nummer 7, de voormalige ruimte van de groothandel, krijgt Arthur van zijn vader de ruimte om meer met chocolade te gaan doen. Door het vertrek van Beko heeft zijn vader weinig zin meer in die tak van sport, maar hij gelooft wel heilig in meerdere pijlers onder zijn bedrijf. De groothandel is er daar één van en hij heeft inmiddels aan de Kitmanstraat 12 ook het Horeca Food Center (HFC-Depa) opgezet. Hier worden verpakkingsmaterialen zoals gebaksdozen verkocht en ook cursussen georganiseerd voor (winkel)medewerkers. De filosofie daarachter is: als het goed gaat met de bakker,

gaat het ook Dobra voor de wind. Het is dus belangrijk om de bakker handvatten te bieden om zijn omzet te vergroten. Met HFC richt Dobra de pijlen op de bakkersvrouw, die in de praktijk vaak verantwoordelijk is voor de verkoop, etalages en verpakkingen, en probeert bakkerijen een totaalpakket aan te bieden. Hierdoor komt het bedrijf zelden helemaal buiten de deur te staan.

• **In 1985 wordt een tweede bedrijfspand gekocht in de Kitmanstraat in Alkmaar: nummer 18.**

19  
85

‘Er was geen geld en we investeerden nog niet in lijnen of machines’



**‘Je moet niet  
schieten,  
met hagel, maar  
met scherp’**

Chocolade is de derde pijler onder het bedrijf, maar Dontje senior heeft hierin aanmerkelijk minder zin dan Arthur. Om zijn zoon toch de ruimte te geven, koopt hij voor de chocoladeproductie aan de Kitmanstraat een aantal oude lijnen op bij Droste en bij chocoladefabriek Ringers in Alkmaar. Er komen twee lijnen voor vormwerk en er is één productiebaan voor galetten. Het zijn nog lang niet de strakke, roestvrijstalen lijnen zoals ze decennia later naar Vietnam zullen worden gebracht. In de jaren tachtig gaat het om houten lijnen, die regelmatig door schilders moeten worden gelakt. Naast het vormwerk wordt er ook strijkwerk gemaakt. Dit gebeurt met mallen: sjablonen met gaatjes erin waar je met een houten bakje overheen gaat. Het chocolade figuurtje wordt vervolgens op vetvrij papier uitgedrukt. Zo ontstaan er rondjes, maantjes, vierkantjes en ovaaltjes van chocolade. Er wordt in de fabriek gewerkt met vloeibare, pure chocolade, die handmatig wordt getempereerd. Dit betekent dat de chocolade op een marmeren plaat van 40 graden naar 30 graden Celsius wordt teruggekoeld. Het zorgt ervoor dat de chocolade mooi gaat glanzen en lekker knapperig is na het bewerken. De chocolatier in kwestie doet het op gevoel: met de warme chocolade wordt heel even de bovenlip aangeraakt. Voelt dit koud aan, dan is de chocolade klaar voor gebruik.

**Er komen twee lijnen voor vormwerk en er is één productiebaan voor galetten.**

19  
85

**Arthur: “Ik zag enorm veel kansen voor chocolade. Een zak zout is een zak zout en rozijnen blijven rozijnen. Uiteindelijk draait het dan allemaal om de prijs en er is altijd iemand die goedkoper is dan jij. Maar van chocolade kun je meer en andere dingen maken! Bovendien lonkte het buitenland naar mij. Ik wilde de hort op, de wereld in. Ik had op mijn negentiende al bedacht dat ik een chocoladefabriek in Amerika wilde opstarten. Toen mijn vader mij de ruimte gaf met het nieuwe pand aan de Kitmanstraat, ben ik meteen mijn licht gaan opsteken bij leveranciers die al regelmatig producten exporteerden. Partijen als Damco, Puratos en Sonneveld voorzagen mij van informatie. Ze voelden geen concurrentie, omdat ze ook mijn leveranciers waren. Zo leerde ik dat ik een examen moest doen om mijn exportpapieren te halen, dat ik gezondheidsverklaringen bij de GGD moest laten opstellen en loopbriefjes moest gaan maken. Het was best een complex verhaal. Langzaam maar zeker ben ik dit gaan opbouwen. De allereerste exportorder ging naar Engeland. Ik bracht de lading, vijftienhonderd chocolade bakjes, zelf weg met een van onze vrachtwagens. Bij aankomst in Engeland troffen we een staking van de douane, waardoor we urenlang moesten wachten en ik de slechtste koffie ooit moest drinken. Onderweg sliepen we in een vreselijk vieze bed & breakfast, terwijl we een dag later ontdekten dat er een prima hotel bij de klant om de hoek zat. Maar je had in die tijd geen internet, hè? Je ging gewoon op pad. Op de terugweg naar Nederland heb ik op de boot, de Beatrix, een heel grote, dikke biefstuk gegeten. Met witbrood en champignons om mijn allereerste bestelling van over de grens te vieren. Het was misschien wel de lekkerste biefstuk die ik ooit gegeten heb.”**

**‘Ik zag enorm veel kansen voor chocolade. Een zak zout is een zak zout en rozijnen blijven rozijnen. Maar van chocolade kun je meer en andere dingen maken’**

Er volgen al snel meer internationale klanten. Joli Dekor uit België is er een van, de firma Wulfs uit Osnabrück sluit aan en Arthur vindt via zijn netwerk uit de grossierswereld ook een klant in Oostenrijk. Daar laat hij op zeker moment een foldertje achter, dat wordt opgepakt door de eigenaar van Bravona Trading uit Hong Kong. Hij plaatst een order bij Dobra, waarmee de export een serieuze vlucht neemt.



**Arthur: “De directeur van Bravona Trading belde naar Dobra en kreeg de boekhouder aan de lijn, die geen woord Duits verstond. In paniek smeed hij de hoorn op de haak. Ik stond toevallig achter zijn bureau en ben er meteen achteraan gegaan. Bravona Trading vroeg of wij negentigduizend chocolade cups konden maken, om deze vervolgens te verschepen naar Hong Kong. In eerste instantie dacht ik dat ik in de maling werd genomen. De grootste bestelling tot aan dat moment bestond uit tweehonderd doosjes! Hier hadden we het over een hele container vol. Maar het bleek toch serieus te zijn. De man van Bravona Trading kwam naar Nederland en liet zien dat hij chocolade cupjes wilde, die net iets kleiner waren dan ons reguliere formaat. Hij wilde ze verpakt hebben in trays die we niet hadden en in polystyreen dozen, die we ook niet hadden. Er moest een massief kartonnen doos omheen (die we niet hadden) en er moest een sticker op met ‘Bravona Trading, made by Dobra’ (die we uiteraard ook niet hadden). Ik zei: komt voor elkaar! Dag en nacht hebben we vervolgens aan die order gewerkt. Ik had een alcoholist aan de productielijn staan, die om de zoveel doosjes een flesje bier kreeg om aan de gang te blijven. Zo hebben we die hele order klaargezet. Overdag ging ik namens de groothandel langs de bakkers. Daarna at ik wat en ging ik naar de fabriek om mee te helpen. Om vier uur ’s nachts dook ik eventjes in bed, om rond zes uur weer richting de bakkers te rijden.”**



## ‘Eén order is geen order. Pas bij drie orders heb je een klant’



Vader Jan is in die jaren vooral druk met het verbouwen van zijn woonhuis tussen Alkmaar en Heiloo. Arthur krijgt er een punthoofd van en raakt lichtelijk overspannen van zijn vaders desinteresse. Vader Jan bezoekt liever bouwbeurzen dan bakkersbeurzen, maar er is wel werk aan de winkel binnen Dobra. Op zeker moment staat Arthur bijna huilend naast zijn vader om hem te smeken mee te kijken naar de resultaten en te overleggen over het plan van aanpak. Hij is nog te jong en onervaren om zelf de kar te trekken en heeft de expertise van zijn vader nodig bij beslissingen die genomen moeten worden.

Dontje senior bekijkt de successen die Arthur met chocolade boekt argwanend. Wanneer zijn zoon zich op de export richt, sputtert hij tegen dat het moeilijk zal zijn om hun geld te innen en dat Oostenrijkers verkeerd zijn geweest tijdens de Tweede Wereldoorlog. Zelfs wanneer de eerste cheque die door Bravona Trading is uitgeschreven keurig gedekt blijkt te zijn, toont hij nauwelijks enthousiasme. Eerst zien, dan geloven. En: “Eén order is geen order. Pas bij drie orders heb je een klant.”

**Arthur: “Op zondagochtend stapte ik in de auto op weg naar een klant in Oostenrijk. De terugweg gebruikte ik om allerlei nieuwe adresjes langs te gaan. Vaak sliep ik in de auto. Maandag en dinsdag gebruikte ik om nieuwe klanten te vinden; dinsdagnacht was ik terug in Noord-Holland en woensdagochtend ging ik weer richting de bakkers. Mijn vader hield mijn uitstapjes nauwlettend in de gaten. Dan zei hij tegen zijn secretaresse: ‘De bon vivant is weer op pad geweest, Mary. Ik zie hier kosten: honderdtachtig gulden. En hoeveel orders heeft de bon vivant geschreven?’ Dan zei Mary noodgedwongen: ‘Er zijn geen nieuwe orders, meneer Dontje’. Waarop mijn vader zei: ‘Ik heb altijd geleerd om een order te vragen, wanneer ik ergens kom.’ En daar stond ik dan naast, hè? Zo werd ik door hem regelmatig te kakken gezet. Ik vond dat niet leuk, maar heb er ook geen last van gehad. Tegenwoordig zijn we al trots als een kind op een potje plast en wanneer het zestien jaar later zijn HAVO-diploma haalt, gaan we met de hele familie mee. In zo’n gezin ben ik niet opgegroeid en zo’n vader ben ik ook niet geworden. Van mij hoef je geen troostende woorden of complimentjes te verwachten. Ik heb hiervan overigens geleerd dat het tijd kost om orders te verzamelen. Tussen je eerste bezoek en een daadwerkelijke bestelling zit vaak één tot anderhalf jaar.”**

- **Het buitenland lonkt naar Arthur. Nederland is voor hem te klein en hij snakt ernaar over de grens kennis en ervaringen op te doen.**

19  
83

Het buitenland lonkt naar Arthur. Nederland is voor hem te klein en hij snakt ernaar over de grens kennis en ervaringen op te doen. Het buitenland staat voor hem symbool voor vrijheid – ook omdat hij hiervan al tijdens zijn kartcarrière heeft mogen proeven. Aan het begin van de jaren tachtig staat hij te popelen om over de grens nieuwe mensen te leren kennen en nieuwe kansen te creëren.

Hij wil naar de internationale bakkersbeurzen. Vader Jan vindt het onzin, maar Arthur vindt het belangrijk Dobra ook buiten Nederland stevig op de kaart te zetten. Een eerste folder over chocolade decoraties met de titel ‘Dobra decoreert het wel’ betaalt hij daarom uit eigen zak. Hij laat de tekst vertalen in het Duits, Engels, Frans en Spaans.

In januari 1983 staat Arthur voor het eerst met een stand van Dobra op een internationale beurs: de ISM in Keulen. Samen met Ted Hetterschijt, een voormalig exportmanager van Damco die nu een eigen agentschap heeft en Arthur helpt om internationaal zijn vleugels uit te slaan, bemant hij de stand. Er staat een grote paal in het midden waar de standbemanning nauwelijks omheen kan draaien en op de eerste dag trekt Arthur amper bezoekers. In een stand aan de overkant is het aanzienlijk drukker. Arthur ontdekt dat de beheerder daarvan dames van plezier heeft rondlopen en jenever schenkt! Al doende leert men. De volgende dag heeft ook Dobra een dame in de stand.

## ‘Het kost tijd om orders te verzamelen. Tussen je eerste bezoek en een daadwerkelijke bestelling zit vaak één tot anderhalf jaar’

Het gaat hard in de jaren tachtig met Dobra. Het bedrijf trekt alles uit de kast om klanten te binden en voortdurend te verrassen. Binnen HFC worden workshops gegeven om bakkersvrouwen te leren paaseieren te maken: versierd met tule en linten, zoals je ze nog altijd rondom Pasen in traditionele bakkerswinkels aantreft. Tijdens grote paasshows loopt het personeel in paashaaspakken. Er worden kerstshows georganiseerd in augustus: de brandweer spuit schuim op de Kitmanstraat, zodat mensen helemaal in kerstsfeer komen. Er zijn najaarsshows, waarop diverse leveranciers zich mogen komen presenteren. Het zijn kleinschalige bakkersbeurzen, die honderden bezoekers trekken. De mannen zitten aan de bar en laten hun glazen vullen; de dames trekken met een winkelwagen het pand in. Er worden plaatsen ingekocht bij een voetbalstadion om een aantal klanten daar een hele dag te kunnen vermaken. Dobra huurt in 1989 zelfs een compleet vliegtuig af om met klanten naar bakkersbeurs IBA in Düsseldorf te vliegen. Alles wordt aangegrepen om de handel van de grond te tillen.

**Arthur: “Ik heb mijn activiteiten voor Dobra mijn leven lang niet als werk gezien. Het woord ‘werk’ is zo zwaar beladen en wordt vaak ook zo overtrokken. Mensen die zeggen dat ze tachtig uur per week werken? Dat bestaat niet. Het merendeel gaat op de automatische piloot en je bent niet continu aan het werk: je zit toch ook in de auto? Dan zit je op je kont en gaat vooruit. Je gaat naar het toilet, eet eens wat. Wat ik heb gedaan voor Dobra, heb ik nooit als werk beschouwd. Het moest gewoon gebeuren en ik ben er altijd vol gas voor gegaan.”**

De eerste computer doet zijn intrede in het bedrijf, er worden laadkleppen op de vrachtwagens geïnstalleerd en er komen laadperrons bij de productielocatie. Ook neemt het bedrijf een andere accountant in dienst. Vader Jan ziet alle veranderingen met lede ogen aan. Hij moppert dat de facturen steeds hoger worden. Waarop Arthur hem er fijntjes op wijst dat ook de omzet steeds groter wordt.

• **Het bedrijf trekt alles uit de kast om klanten te binden en voortdurend te verrassen.**



‘Wat ik heb gedaan voor Dobra, heb ik nooit als werk beschouwd’

‘De kans is klein dat je nog nooit een chocolaatje van Dobra hebt geproefd’