

# PS



In de rij voor één koekje: het succesverhaal van Van Stapele  
Koekmakerij 26 / Deel 2 van zomerserie **Rust**: wat doen bedrijven  
om hun werknemers gezond te houden? 32 / Lips & strips 38

# Andere koek

Ze gaven nooit geld uit aan reclame en verkopen maar één koek, maar bij Van Stapele Koekmakerij in de Heisteeg staat de rij steevast tot buiten. 'Ik wil het zo klein mogelijk houden.'

tekst Marloes de Moor, foto's Lin Woldendorp



→ Als personeelslid van de koek-winkel mag je kosteloos maximaal 18 koeken per dag eten.

# b

Bezorgde blikken van omstanders wanneer een argeloze bezoeker krachtig aan de deurklink van Van Stapele Koekmakerij in de Heisteeg trekt. "Ze zijn nog dicht. Om tien uur gaan ze open," zegt een vrouw, die zich naast de deurpost heeft opgesteld. "Wij stonden hier eerst, hoor," haast een ander zich te zeggen.

Vastberaden turen de klanten naar de deur van Van Stapele Koekmakerij, wachtend op het moment dat het slot eraf gaat. Daarbinnen wacht die felbegeerde koek – warm nog – met een krokant jasje en een binnenste van gesmolten witte chocola: de Van Stapele koek.

Charlotte Bruna, ook in de rij, komt er vaak: "Het is de lekkerste koek die ik ooit gegeten heb. Vanavond neem ik ze mee naar een etentje van vrienden. Dat vind ik leuker dan een fles wijn of een bos bloemen."

## Steegmanager

Als eigenaar Vera van Stapele (33) op maandagochtend naar haar winkel fietst, is de stad vaak nog verlaten, maar in de Heisteeg viert de drukte dan al hoogtij. Voor de weekenden heeft zij nu zelfs een 'steegmanager' aangesteld om de rij een beetje ordelijk te houden. "Ik heb speciaal daarvoor twee meisjes in dienst genomen. Ook de vader van een collega is in de weekenden steegmanager. Dat is echt nodig, want de steeg is zo smal dat opstoppingen al snel ontstaan," zegt Van Stapele.



Klanten houden niet alleen hun portemonnee, maar ook smartphones en fototoestellen in de aanslag. Het nostalgische interieur van de koekmakerij is fotogeniek en doet het goed op Instagram. Glas-in-lood, houten toonbank, een antieke kroonluchter, een klassieke lift die de koeken van boven naar beneden brengt. In de etalage staat een ouderwetse miniatuurachtbaan. Het lijkt alsof het al eeuwen zo was, maar Van Stapele liet het allemaal nieuw maken in de sfeer van vroeger.

Hoewel ze daar goed over heeft nagedacht, gaat achter het succes van de koekmakerij geen strakke marketing-

campagne schuil. "We hebben nooit één euro aan reclame uitgegeven," vertelt ze. Sterker, ze dacht dat ze er nooit aan zou verdienen. "Toen ik hiermee begon, rekende mijn broer uit dat ik, zelfs als ik 220 koeken per dag zou verkopen – wat ik toen heel veel vond – nooit winst zou maken."

Inmiddels verkoopt Van Stapele Koekmakerij er 3000 per dag. "Het gaat van mond tot mond en verspreidt zich via sociale media en sites als Trip Advisor. Die laatste kende ik niet, maar we stonden ineens op nummer een van de beste winkels van Amsterdam."

Het begon vijf jaar geleden met de wens om het perfecte



### Baksucces

- Gemiddeld heeft Van Stapele Koekmakerij 510 klanten per dag
- Dagelijks worden ongeveer 3000 koeken verkocht
- Elke week gaat er 1260 kilo deeg doorheen
- Het recordaantal gegeten koeken op één dag is 13, door koekmaakster Fleur
- Elke 15 minuten komen er 4 bakplaten met koek uit de oven
- Afgelopen maand gingen 38 mensen direct van Schiphol naar de koekmakerij

## 'Buitenlanders vragen me soms de koeken klaar te leggen, dan pakken ze een taxi vanaf Schiphol'

koekje te maken. "Ik had precies in mijn hoofd wat ik wilde: krokant vanbuiten en zacht vanbinnen."

Maandenlang probeerde Van Stapele, die psychologie studeerde voordat ze haar zaak begon, van alles uit met verschillende suikers en soorten chocola. Het resultaat testte ze bij familie en vrienden. "Op een februaridag had ik het ultieme koekje dat we allemaal lekker vonden. Mijn keuze viel uiteindelijk op een koek met Valrhona-chocola. Ik was niet van plan om de koek te gaan verkopen, maar vanaf dat moment liet hij me niet meer los. Zodra ik wakker werd, dacht ik eraan. Ik wilde hem gaan verkopen, zodat meer mensen het zouden proeven."

Dat idee werd haar sterk afgeraden door experts. Een koek zou nooit gaan werken; dan moest ze minstens vijftien smaken kunnen bieden. Van Stapele sloeg die raad in de wind. Ze hield het bij die ene koek, die ze verkocht voor twee euro. "Geleidelijk nam het aantal klanten toe. Mensen kochten lang niet altijd één lauwwarme koek, maar vaak ook doosjes met zes of negen."

### Streng verboden

Aanvankelijk stond ze met één andere collega in de winkel, nu zijn tien personeelsleden de hele dag door druk met koekjes bakken en verkopen. Dat gebeurt zowel boven in het pand als beneden in het pijpenlaatje van slechts 18 in vierkante meter. Koeken die vers uit de oven komen, worden met de lift naar beneden vervoerd. Als goochelaars

wentelen de koekmaaksters balletjes donker chocolade-deeg in hun zwarte plastic handschoentjes. Ervaren krachten hebben een balletje in acht seconden klaar om in de oven te schuiven. Het komt er als een platte koek weer uit. "Het heeft zeker twee maanden geduurd voordat ik het onder de knie had," zegt Christa Smit (32), die vier jaar in de winkel werkt. "Het deeg moet precies goed om de witte chocola gerold worden, dat vereist handigheid."

Het is desondanks een geliefde bijbaan. Niet alleen vanwege de gezellige sfeer, maar ook dankzij de maximaal achttien koeken die je er per dag kosteloos mag eten.

Regelmatig vissen mensen bij de koekmaaksters naar het recept. Volgens de instructies houdt iedereen daarover zijn mond. In een kelder in de Spuistraat bevindt zich de deegkamer en die is streng verboden voor onbevoegden. Alleen Van Stapele en drie collega's mogen er komen. Vanaf zes uur 's ochtends zijn ze er bezig het deeg te kneden. "We hebben vandaag een bestelling van 250 koeken. Het gebeurt ook dat buitenlanders me vragen de koeken klaar te leggen, omdat ze een tussenstop op Schiphol hebben. Dan komen ze ze in een taxi ophalen."

Vaste klant Sana Sarkawt is ook onderweg naar Schiphol. "Ik heb bij The Seafood Bar om de hoek gewerkt. Als ik klaar was, kocht ik hier een koek als toetje. Sindsdien ben ik verkocht. Ik ga straks naar familie in Londen en neem voor dertig euro koeken mee. Mijn tante vindt ze zo lekker. Dan maar even in de rij!"

### Uitbreiden

Hoewel veel ondernemers zullen dromen van de lange rijen die de koekmakerij trekt, is Van Stapele daar helemaal niet zo blij mee. "Amsterdamse klanten komen daardoor minder. Ze hebben geen zin om in de rij te staan en dat begrijp ik goed. Maar ik krijg hem niet weg. Ik heb wel naar oplossingen gezocht, zoals een onlineticketsysteem. Maar daar zag ik snel weer vanaf. Het past helemaal niet bij ons."

Toch gaan de trouwe klanten de winkel niet uit de weg. Zoals sportfanaat Peter, die twijfelde of de koek niet te ongezond was. "Hij kocht er twee en nam zich voor er eerst één te eten en de tweede pas de volgende dag. Maar toen hij die ene op had, bleef de koek door zijn hoofd spoken.

Om kwart over twaalf's nachts bedacht hij dat het eigenlijk al de volgende dag was. Hij is uit bed gestapt en heeft de tweede koek bij kaarslicht opgegeten. Sindsdien is hij vaste klant," vertelt Van Stapele lachend.

Vaak krijgt ze telefoontjes van mensen die vragen of ze wil uitbreiden naar andere steden of het buitenland. "Meestal na het weekend, als ze de lange rijen hebben gezien. Dan ruiken ze geld. Ik ga er nooit op in. Ik wil het zo klein mogelijk houden. Mijn enige doel is gezellig koeken bakken en verkopen met mijn collega's, die inmiddels vrienden zijn."



→ Eigenaar Vera van Stapele: 'Toen ik in 2014 begon, rekende mijn broer uit dat ik nooit winst zou gaan maken.'