Van Twillert en Duyst verder onder een nieuwe naam:

Meerwaerde is een baken in de financiële zee

De financiële markt is als een grillige zee. Iedere keer verandert er iets en er komen steeds weer nieuwe constructies en afgeleide producten. Ook de vraag van consumenten verandert steeds. In die wereld wil Meerwaerde een baken in zee zijn. De financiële adviseurs van het bedrijf staan voor betrouwbaarheid en professionaliteit. Meerwaerde investeert sterk in de permanente educatie van het personeel. Ten diepste is dat een investering in de klant. Die profiteert van het kennisniveau binnen Meerwaerde. Betrouwbaarheid is de tweede pijler waarop het bedrijf rust. Reden dat de klantentrouw groot is. De AFM (Autoriteit Financiële Markten), die recent op bezoek kwam, beoordeelde de werkwijze van Meerwaerde. De conclusie: het bedrijf maakt haar naam waar. Het biedt en is absoluut meerwaarde.

Het klantgerichte team van Meerwaerde.

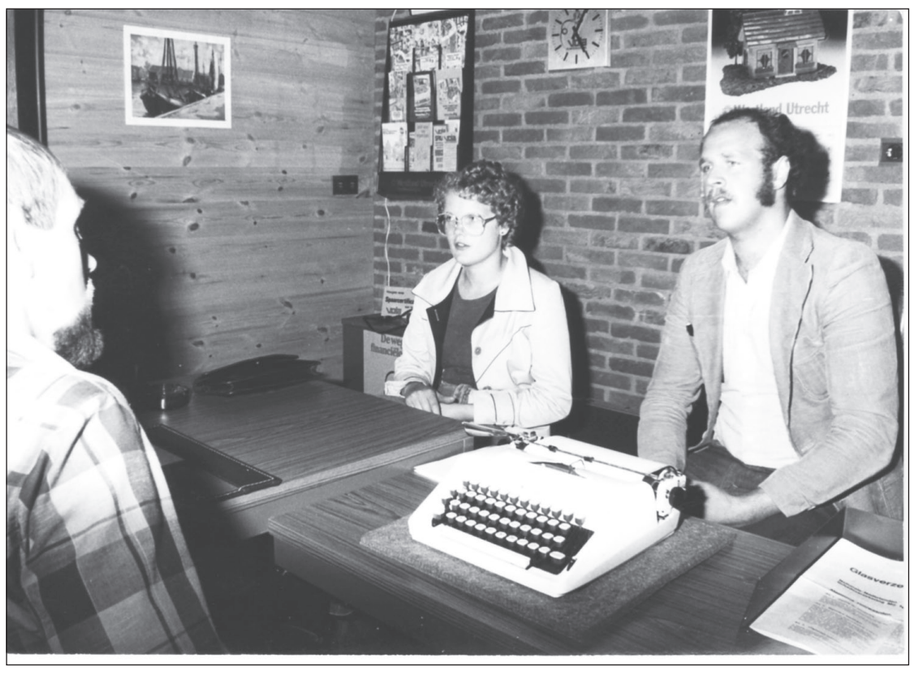
Het pand aan de Spuistraat 12 in de jaren zeventig.

Aart Duijst en Willem van Twillert zien inmiddels de volgende generatie aan het roer. En wie had eind jaren zestig, begin jaren zeventig kunnen denken dat hun zoons eens onder hetzelfde bedrijfsdak actief zouden zijn. Wat zij opbouwden werd langzaamaan uitgebouwd tot een uiterst professionele financiële dienstverlener, die zowel op het gebied van makelaardij als hypotheken en verzekeringen kwaliteit en betrokkenheid biedt.

Willem van Twillert kent nog de tijd dat hij elke week bij de mensen contant geld ging incasseren. Hij was toen in loondienst bij Victoria. Begonnen in Amersfoort kwam hij bijna drie jaar later (eind 1971) ook bij klanten in Bunschoten. Zeventien jaar lang gaf hij zijn beste krachten aan Victoria, waarna hij de switch maakte naar Claeverblad Assurantiën in Hoevelaken. Eigenaar Wim Wild benaderde Willem, die toehapte. Onder de naam Claeverblad begon hij een kantoor in Bunschoten. En dat werd een successtory. Met de toezegging van Wild op zak dat Willem de eerste koper was als hij zou stoppen, bouwde Van Twillert in snel tempo een aardige klantenkring op. „Ik heb altijd gekozen voor betrouwbare producten, producten waar ikzelf honderd procent achter stond.

Met dubieuze financiële producten heb ik me gelukkig nooit beziggehouden. Terugkijkend concludeert hij: „Ik bood de mensen zekerheid, ben nooit primair gegaan voor de provisie. Ik ben er van overtuigd dat ik het ook nooit zo lang had uitgehouden (al 41 jaar, red.), als ik de mensen verkeerd zou hebben voorgelicht." Zoons Zeger en Robert zetten een vette streep onder de woorden van hun vader. Zeger: „Je voelt je verantwoordelijkheid voor je klanten. Met een bank als DSB deden we geen zaken, en een product als Legio Lease hebben we onze klanten nooit geadviseerd. Dat zijn goede keuzes geweest. Als we zelf niet honderd procent achter een product staan, de overtuiging hebben dat het niet verantwoord is, bieden we het onze klanten ook niet aan."

Willem van Twillert kwam bij veel mensen over de vloer, zoals hier begin jaren tachtig bij Wijmpje Koelewijn.



Willem van Twillert tijdens een hypotheekgesprek met Willem en Klazien Vedder-Roos.

Zelfstandigheid

In 1996 zette Willem van Twillert de stap naar zelfstandigheid, een stap waarvan hij geen seconde spijt heeft gehad. Zoon Zeger had hij inmiddels aan zijn zijde. Doordat de ruimte in de verbouwde garage aan de Stadsgracht te klein werd, werd in 1994 de stap naar het Kolkplein gezet, het pand waar Meerwaerde anno 2009 nog steeds onderdak heeft. Naast verzekeringen sloot Willem inmiddels ook hypotheken af. Hij koos voor ABP, dat solide producten aanbood.

De verhuizing naar het Kolkplein, en twee jaar later de beslissing om onder eigen naam verder te gaan, markeerden de stap naar verdere en explosieve groei. In 2002 resulterend in een verbond met Duyst assurantiën en hypotheken, vastgoed en financieringen.
Ted Duijst geeft aan dat hij een goed gevoel had bij deze fusie. „De filosofie van beide familiebedrijven kwam overeen. We hadden bovendien al regelmatig zakelijke contacten en visten beide toch in dezelfde vijver. De gedachte om samen te gaan waren al latent aanwezig, maar de concrete stap liet wat langer op zich wachten. Zeven jaar geleden werd de stap gezet en met de gedachte 'beter met dan tegen elkaar' gingen we met elkaar in zee."

Ted Duijst duikt ook nog even terug in de historie. Zijn vader Aart kreeg in 1971 van zijn toenmalige werkgever Pons Automobielhandel de opdracht zijn Assurantie B-diploma te gaan halen. Het bedrijf wilde zelf als tussenpersoon gaan fungeren voor autoverzekeringen, maar Pons toestemming in zijn vrije tijd verzekeringen af te sluiten, met uitzondering van autoverzekeringen, omdat hij anders in de vijver van Pon zou vissen.

In 1973, tijdens de oliecrisis, kreeg Aart arbeidstijdverkorting. Tijd die hij benutte met verzekeringen aan de man/vrouw te brengen. Aart kreeg de smaak te pakken en vroeg zelfs ontslag aan. Hij kreeg een half jaar een WW-uitkering, en met die financiële steun in de rug zette hij de schouders onder het uitbouwen van zijn portefeuille. De eerste jaren hield Aart zich het meest bezig met het afsluiten van persoonlijke geldleningen.

In 1981 begint Aart onder de naam Woningburo Duyst met de verkoop van huizen. De benodigde papieren om de kwalificatie makelaar of makelaardij te mogen gebruiken had hij toen nog niet. Dat was geen enkel probleem voor de geboren verkoper. Aart ging voor zijn klanten, bouwde vertrouwen op en via mond-tot-mondreclame bouwde hij zijn activiteiten uit. Net als bij Willem van Twillert kwam ook bij Aart de tweede generatie binnen. Zoon Ted trad in de voetsporen van zijn vader.

Samenwerking

Aart en Willem werkten in het verleden al eens samen, niet wetende dat hun zoons de handen jaren later daadwerkelijk ineen zouden slaan. Tijdens hun acquisitieronden door het dorp kwamen ze elkaar regelmatig tegen. De contacten waren amicaal en constructief. Samenwerking kon niet uitblijven.

Toen in de jaren tachtig de gemeente de bewoners van de huurwoningen in de Meerkoet, Waterhoen en omgeving in de gelegenheid stelde hun woning te kopen, huurden de twee zaalruimte. Zij trokken die avond 70 procent van de aanwezigen over de streep bij hen een verzekering of hypotheek af te sluiten. Een vruchtbare samenwerking.
In 2002 toosten Ted, Robert, Willem en Zeger op de bundeling van krachten. Onder de namen Duyst & van Twillert Makelaardij & Hypotheken en Van Twillert & Duyst Assurantiën & Hypotheken werd de markt in Bunschoten-Spakenburg nog verder veroverd. Ook de regio kwam in beeld.

Waarom werd toen al niet gekozen voor een nieuwe naam? Zeger legt uit: „We hebben toen wel nagedacht over de introductie van een nieuwe naam. De defensieve gedachte dat bij het gebruik van een nieuwe naam het idee kon ontstaan dat één van de bedrijven van het toneel was verdwenen, heeft geleid tot een keus voor continuering van beide namen. Bovendien was het in het kader van de herkenbaarheid een logische keuze."

Verder werd niet alles onder één dak gebracht. Ted: „De makelaardij zat en zit op een toplocatie. Er is heel veel aanloop op die plek. Ook de vitrine heeft zijn nut meer dan bewezen. Internet was zeven jaar geleden een minder intensief gebruikt hulpmiddel om woningen te presenteren dan nu. Tel daarbij op dat de beide locaties ook een zekere mate van objectiviteit waarborgen met betrekking tot het advies op de diverse terreinen, is deze keus snel verklaard."

Werkterrein

Hoewel door de samenwerking met een makelaar buiten Bunschoten de grenzen worden verlegd, blijft Bunschoten-Spakenburg hét werkterrein van Meerwaerde. Robert: „Ruim negentig procent van onze ruim 5.500 klanten komt uit het dorp. Velen kwamen binnen dankzij de mond-tot-mondreclame. Als geboren Spakenburgers kennen we de mensen en de volksaard. Je kunt je inleven in specifieke situaties. Op het gebied van service zijn we ijzersterk. Bij bijvoorbeeld schade in en aan woningen of bedrijfspanden kunnen we als dat nodig is binnen enkele minuten ter plekke zijn. De lijnen zijn kort en daardoor het contact direct."

Werd in 2002 nog niet gekozen voor een nieuwe naam, zeven jaar later is die beslissing wel genomen. Zeger: „We merkten, zeker door de opkomst van internet, dat bij nieuwe klanten steeds meer verwarring ontstond. We voerden als makelaardij en als verzekerings- en hypotheektak verschillende logo's en hadden een andere uitstraling.

Aart Duijst geeft uitleg tijdens een informatieavond over de verkoop van woningen.

Sommigen stonden op de stoep een streep onder gezet. We willen graag gebruik maken van de opkomst van internet maar het persoonlijk contact met de klant blijft een speerpunt bij Meerwaerde. Daarin onderscheiden we ons van veel andere kantoren."

Dat heeft de keuze bij de verandering van naam ook doen vallen op Meerwaerde. Plaatsgenoot Niek van Twillert van reclamebureau Muntz is de bedenker van de naam en hij ontwierp ook de nieuwe huisstijl en het logo met de kleuren rood en blauw (met een knipoog naar de plaatselijke clubkleuren). „De naam heeft een financiële klank. Door de permanente educatie van directie en personeel – we gaan daarin zelfs verder dan wettelijk is vereist - bieden we de klant up- to-date informatie en zijn we bij de advisering altijd op de hoogte van de meest actuele ontwikkelingen. Op die manier bieden we onze klanten meerwaarde", benadrukken de directieleden.

Het kantoor werkt al enige tijd volledig papierloos en alle documenten en poststukken worden bij binnenkomst direct gescand en gedigitaliseerd. Het aanleggen van een digitaal klantenbestand ligt ook in die lijn. „Klanten kunnen binnenkort hun dossier met behulp van een code digitaal raadplegen.

Voeg daar het positieve rapport van de Autoriteit Financiele Markten (AFM) aan toe en het mag duidelijk zijn dat Meerwaerde een professionele en betrouwbare speler is op de financiële markt. En dat in een tijd waarin de financiële wereld door politici, toezichthouders en klanten onder een vergrootglas wordt gelegd. De AFM kwam vorige maand tot de conclusie dat het Bunschoter familiebedrijf onder meer op het gebied van integriteit, vastlegging en reconstrueerbaarheid van adviezen uitstekend scoort.

Meerwaerde is klaar voor de toekomst. Het jonge, enthousiaste team van zeventien medewerkers is sterk klantgericht geschoold, kent het klappen van de zweep, is bekend met moderne technieken, heeft kennis van zaken, is servicegericht en durft op gezette tijden gerust nee te verkopen. „Dat verdient de klant. Het gaat om eerlijkheid en betrouwbaarheid. En dan kan het wel eens nodig zijn dat bepaalde keuzes van klanten worden afgeraden", onderstrepen de directieleden.

De financiële wereld mag dan een grillige zee zijn, de medewerkers van Meerwaerde zijn zo solide als de Rots van Gibraltar.

De directie van Meerwaerde: v.l.n.r. Zeger van Twillert, Willem van Twillert, Ted Duijst en Robert van Twillert.