

# Hollands Glorie

## Yepp-kinderzitjes

tekst Peter Boerman

### Wereldbedrijf met drie man

Een wereldbedrijf met drie man in dienst? Het kan, zegt Michel Krechting. Als 'ambitieuze 55-jarige' nam hij eind 2007 GMG over. **Daarna startte de ontwerper van-huis-uit een complete metamorfose van het oorspronkelijke familiebedrijf**, dat al sinds 1934 fietskinderzitjes produceert. De eigen fabriek, die jarenlang in Gouda zat, verdween. Voortaan komen alle fietszitjes uit China, Portugal en Nederland. De distributie gaat nu via een groot centrum in Heerenveen, het ontwerp gaat via een goed bevriend ontwerpbureau, Van der Veer Designers. Zo is nu vrijwel elk procesonderdeel tussen idee en klant uitbesteed. "Toch zien wij onszelf nog steeds als de producent. Het zijn ónze ontwerpen, onze zitjes, wij bewaken het merk, wij stellen de prijzen vast, wij beheren het portfolio. Eigenlijk is het een wonderschoon bedrijfsmodel. We hebben nooit gedoe over productietechniek, -capaciteit of -materialen, maar hebben nog wel steeds de regie in handen."

### Praten met de concurrent

GMG was tot medio jaren '90 marktleider in Nederland: vrijwel iedereen ouder dan 20 jaar heeft ooit wel in een van hun stoeltjes gezeten. Daarna werd het bedrijf echter overvleugeld door concurrent Bobike, deels met ontwerpen die Krechting ooit had getekend. Het vervolg was een redelijk zieltogend bestaan voor GMG, totdat Krechting op de stoep stond. "Ik was directeur bij verlichtingsbedrijf Lumiance, maar wilde liever ondernemer zijn. Op zoek naar een nieuwe ambitie, kwam ik uit bij de kinderzitjes die ik al ooit eerder had ontworpen. **Ik merkte dat daar ongelooflijk weinig vernieuwing inzat en zag meteen kansen.** Toen ben ik eerst met Bobike gaan praten, maar zij waren nog niet zover. Daarna ben ik maar naar de concurrent gegaan."

Een heel nieuw bedrijf beginnen heeft hij ook overwogen, maar een overname vond hij toch logischer. "Nu kocht ik een bekend merk, lopende omzet en toegang tot leveranciers. Het enige wat ik moest doen was hen overtuigen GMG nog even niet uit het assortiment te gooien."

### Van Crocs-materiaal

Na de overname toog Krechting snel aan het werk. **Hij nam zich voor binnen een jaar met een heel nieuw product te komen.** En zie, op de FietsVak, de belangrijkste beurs voor de vakhandel, kon hij begin 2009 de eerste versie van de Yepp presenteren, een fietsstoeltje, gemaakt van hetzelfde materiaal als Crocschoenen, waterdicht, oersterk, lichtgewicht, comfortabel, isolerend, schokabsorberend, veilig en verkrijgbaar in verschillende vrolijke kleuren, met een – zeker voor kinderen – aansprekend logo. En, heel belangrijk: makkelijk te plaatsen. "Dat vindt de vakhandel ook fijn. Winkeliers willen snel aan klanten kunnen laten zien hoe het werkt."



*Klein land, wereldproduct. Deze aflevering: de kinderzitjes van Yepp, die het aloude merk GMG nieuw leven wisten in te blazen en nu tot in Japan een groot succes zijn.*



## Nijntje: belangrijk in Japan

Het succes volgde snel. Precieze aantallen geeft Krechting niet, maar jaarlijks gaat het nu om tienduizenden verkochte stoeltjes. "En dat aantal groeit sterk." Ook in het buitenland. "Wij exporteren naar Japan, Denemarken, België, Frankrijk, Spanje, Australië en de VS. Ook in landen als Italië, Duitsland en Engeland is er belangstelling. Het groeit eigenlijk maar door."

Ook het assortiment groeit mee. Zo volgde vorig jaar budgetserie Tipp, werd met Mercis een verdere overeenkomst gesloten over het exclusieve gebruik van Nijntje ("Heel belangrijk in Japan", aldus Krechting), en werd ook de Yepp Junior ontworpen, een zitje voor oudere kinderen. Bovendien werd Leontien van Moorsel aangetrokken als ambassadeur en werd voor Gazelle een eigen stoeltje gemaakt. **Zelfs een modulair display voor in de fietswinkel werd zelf bedacht.** "Constante vernieuwing, dat is de essentie", zegt Krechting. "Nooit rusten, blijven nadenken. In elke markt zijn kansen. Je moet ze alleen zien en je moet het durven doen. Ik heb eens een gesprek gehad met de bank, die zei: 'Jullie productontwikkeling, die kost toch hartstikke veel geld?' Toen zei ik: weet je wat pas veel geld kost? Géén productontwikkeling!"

## Kinderen als ambassadeur

Krechtings inspanningen het oude GMG nieuw leven in te blazen, bleven bepaald niet onopgemerkt. Hij won in 2009 de SRA Overname Award, voor de meest succesvolle bedrijfsovername, en sleepte ook diverse ontwerpprijzen in de wacht, zoals de Baby Innovatie Award 2011, de Red Dot Designprijs, de Dutch Design Award, Goed Industrieel Ontwerp, de RAI FietsInnovatie Award en recent weer de de IF Award 2011. Allemaal leuk en aardig, zegt Krechting, maar daar doet hij het niet voor. **"Mensen kopen geen stoeltje voor de prijzen die het gewonnen heeft."** De kinderen zijn mijn belangrijkste ambassadeurs. Als zij eenmaal in een Yepp hebben gezeten, willen ze meestal nooit iets anders meer. Dat is het mooiste resultaat dat ik me als ondernemer kan indenken."