



Bauke Bokma de Boer

**Glazenwasser**

**Bauke Bokma de Boer (33)**

**Bedrijf:** AquaFox

**Opleiding:** Gymnasium Leiden en 2 maanden Hogeschool Small Business Haarlem

**Gedane investeringen:** 1 miljoen

**Hobby:** 'Weinig tijd, maar surfen en zeilen doe ik graag'

## 'De enige die erbij inschiet is het waterleidingbedrijf'

**Heineken en Inbev zien het zitten met AquaFox. Je kunt het als ondernemer in de horeca slechter treffen aan de vooravond van een productlancering. Bauke Bokma de Boer is dan ook optimistisch. De komende maanden gaan 350 vertegenwoordigers van Heineken, Johnson Diversey en GOM Horeca Diensten zijn gebruiksvriendelijke spoelbakstelsel aanprijzen. In een markt waar brouwerijen het grotendeels voor het zeggen hebben, lijkt succes verzekerd.**

Heineken schaarft zich niet voor niets achter de Haagse ondernemer. Het AquaFox-systeem is een revolutie in horecaland. De spoelbak zorgt voor schone glazen en maakt een einde aan de duizenden liters drinkwater die ongebruikt het riool in stromen. Bokma de Boer: "De enige die erbij inschiet, is het waterleidingbedrijf."

Het idee komt van de eigenaar van Bokma de Boers stamkroeg Sus Antigoo in Leiden. "Hij ergerde zich aan al het spoelwater dat bleef wegstromen, het kraantje liep maar, het was een enorme waterverspilling." Samen bedachten kroegbaas en stamgast een oplossing. Een systeem waarbij de waterkraan alleen water en zeep afgeeft wanneer er glazen gewassen worden. "Met een systeem bespaar je per maand zo'n 30.000 liter water. Per spoelbak." Om het AquaFox-systeem op grote schaal te verkopen, begreep de Hagenaar al snel dat hij grote bedrijven moest aanklappen. "Ik had geen geld en ik reed in een Golf van 100 jaar oud, compleet met roestvlekken. Toen ik op bezoek ging bij het hoofdkantoor van Diversey Lever, dochter van Unilever, heb ik de auto maar een paar honderd meter verderop gezet."

De speurtocht van Bokma de Boer naar partners leverde wel wat op. Hij vroeg GOM Horeca Diensten voor de medeontwikkeling en onderhoud van het systeem, SUN Professional (Unilever) levert de zeep en Heineken introduceert het systeem bij haar afnemers. Hoe hij dat voor elkaar kreeg? "Je moet heel veel ge-

sprekken voeren en commitment vragen aan alle betrokkenen. Je gaat naar GOM en zegt dat Unilever interesse heeft. Je moet de hele tijd pendelen tussen de groten, anders lukt het niet." Ondanks dit succes liep niet alles even soepel. Zijn eerste technische partner was een misser. "Ze beloofden veel, maar deden weinig echte verbeteringen. Telkens kwam hetzelfde defect aan het licht. Pas dit jaar heb ik met ze gebroken."

Dat is het enige waar Bokma de Boer serieus spijt van heeft. "Die stellingen staken mij het meest. Telkens word je iets beloofd door de technici, je vertrouwt ze en dat blijkt niet terecht te zijn. Maar goed, dat moet geen excuus zijn. Als je iets goed doet, moet het perfect zijn en dat is nu het geval."

Na de technische tegenslag vond Bokma inspiratie in een goed doel. Aquafox is partner van het 'water4life project' van DSM. Voor elk systeem dat wordt verkocht, geeft het bedrijf geld voor waterpompen in India, goed voor een leven lang schoon water voor een Indiaas gezin. "Toen ik van dat project in India hoorde was ik meteen heel enthousiast. Ik kreeg twee keer zoveel energie." Maar Bokma de Boer wil wel controle houden. "Ik hoop te stimuleren dat ze in India ook waterfilters gaan verkopen die in waterpompen passen, zodat er handel op gang komt via micro-investeringen."

Bokma de Boer heeft vertrouwen in het nieuwe marketingoffensief dat in februari begint. Tot nu toe verkocht hij 240 systemen, maar komend jaar moeten dat er duizenden worden. "Heineken verwacht dat vooral de grote zaken gaan afnemen. En die mening wordt gedeeld door Inbev, Grolsch en Bavaria."

TEKST STIJN SIMKENS FOTO'S FRISO SPOELSTRA