

**Maarten Dolman**  
**7. Beginnend ondernemerschap**  
**Plus broodbakmachineshype**

Ed van Gerven:

Goed, Maarten. Nou, dan kon je dus aan de slag op de Windotter in IJsselstein, in '87, '88. Maar goed, dan moet je dat bedrijf gaan runnen. En daar komt natuurlijk wel aardig wat bij kijken. Want daar had je niet zo gek veel ervaring mee. Of wel?

Maarten Dolman:

Ja. Ervaring met malen was er wel – of is er wel. Maar het zelf aansturen en het zelf klanten werven, en dat soort dingen, dat was natuurlijk best heel moeilijk. Het was heel fijn dat vanuit de gemeente IJsselstein daar heel veel hulp bij geweest is, in die zin, dat de toenmalige burgemeester Roest Crollius een stichting heeft opgericht. Een echte exploitatiestichting. En die stichting, daar heeft hij over nagedacht, van, daar moet een bakker in zitten. Heel belangrijk. Een technische man moet erin zitten. Er moet iemand in zitten die verstand van graaninkoop heeft en er moet iemand in zitten die van de historie heel veel weet. Nou, en dat was bijzonder goed gelukt. Want voor de graaninkoop is toen meneer Brokking, dat was Gerrit Brokking, en dat was de zoon van de oud-molenaar van de molen in Lopik - Jaarsveld. Waar later het grote mengvoeding bedrijf Brokking/De Heus uit ontstaan is. En deze had natuurlijk een hele grote molenaarservaring in het opzoeken van klanten, in klantenwerving, en dat soort dingen allemaal. En een bakker heb je natuurlijk heel goed nodig in de vorm van proefbakken. Want niet alle tarwe kan je gelijk brood mee bakken. Je hebt natuurlijk heel veel rassen, je moet echt een bakwaardige tarwe hebben. Nou, en op dat gebied was je natuurlijk toch een beetje een leek. Ik kwam natuurlijk in Utrecht op de molen, ik kwam natuurlijk in Woerden op de molen, in Wilnis. Maar daar waren leveranciers en daar waren bakkers, dus dat loopt allemaal wel. Je moest alleen zorgen dat het product er was. En nu moest je natuurlijk een product gaan kopen wat een goed eiwitgehalte heeft, wat een goede bakwaarde heeft. Nou, daar heeft bakker Aelbers ontzettend veel in gestuurd. Die heeft bepaalde recepturen uitgedacht, van molen volkoren totaal, van molen volkoren donker, roggeknar, dat soort dingen allemaal, met molenmeel. Dus wij kochten tarwe en dat maalden we met de molen, en hij bakte daar proef mee. En met die proefbaksels ging ik dus letterlijk de bakker op, de boer op. En dan ging ik naar Schoonhoven, en ik ging naar Lopik, en ik ging naar Harmelen, en ik ging naar Jaarsveld. Naar de bakker, van, 'Wij malen meel met de molen, daar kunt u molenbrood van bakken. Is dat wat?' Dus zo heel langzaam ging dat opstarten. En daarnaast was het natuurlijk best heel belangrijk dat, je moest ook de gemeenschap in IJsselstein meekrijgen. Van, we moeten niet alleen de molen leuk vinden, maar je moet ook het product gaan eten. Dat is natuurlijk heel belangrijk. Dus je moest de mensen gaan onderwijzen in dat molenbrood anders is dan brood uit de supermarkt. En dan kom je toch bij één van de primaire doelstellingen van het Ambachtelijk Korenmolenaars Gilde: het ambacht in stand houden. Maar ook het product ervan. Want zolang een klant niet weet dat steen gemalen meel heel gezond is, waardoor het natuurlijk smaakaroma en het natuurlijk eiwit behouden blijft. Doordat het langzaam gemalen wordt. Wat dus beter is voor maag en darm, en dat soort dingen allemaal. Om daar mensen van te overtuigen, dat is heel veel werk. Dus daar liepen we in de eerste jaren best wel tegen aan.

Ed van Gerven:

Hoe deed je dat? Dat overtuigen?

Maarten Dolman:

Dat deed ik door – ik had een werkmap gemaakt. En met die werkmap ging ik naar een bakker toe en dan vertelde ik dus wat molenbrood was, en dat het met de steen gemalen was. En dan was vaak de opmerking van zo'n bakker: 'Ik weet nog wel dat mijn opa meel had van de molen uit De Meern.' Ik noem maar wat. Zo ging dat dan. Ja. Maar verder niet. Maar het probleem van molenmeel is natuurlijk, dat heeft meer bewerking nodig in de bakkerij. Het meel dat uit de meelfabriek komt: ze kiepen de zak leeg en weten, zoveel gist moet erin en zoveel zout moet erin, zoveel glutenpoeder

moet erin. En het brood is in één keer goed. En dat is met molenmeel absoluut niet zo. Daar moet een bakker toch zelf ook bij nadenken. Vandaag de dag is het totaal anders, want nu hebben we het allemaal over desembrood en gezond brood, en we moeten dicht bij de natuur en streekproducten. Dus deze tijd is, om molenmeel aan de man te brengen, veel makkelijker als in 1987. Want toen moest je opboksen tegen die meelfabrieken. Het probleem waar we wel mee liepen, was toch de exploitatie van de molen. Want ik was vijf dagen in de week in dienst – nog steeds. En er moest wel verdiend worden met de molen, om het maar zo uit te drukken. Dus de stichting probeerde ook op diverse manieren dus klanten te werven. Toen zijn we in contact gekomen met een meelfabriek in Ameide, dat was Kruyt in Ameide. En om dus een soort karrenmix, een soort molenmix, op de markt te brengen. Wat zij dus voor ons gingen verkopen, dat moest dus in eigen zakken zitten. En dat werd dan hier met de molen gemalen. En dat was dus puur om omzet te genereren, om dus de exploitatie van de molen rond te krijgen. Nou, dat is op een gegeven moment gaan lopen. En dan was namelijk de ervaring, zij belden dan 's maandags op: 'Eind van de week moeten we zes ton meel hebben.' Nou, iedereen die een windmolen heeft die begrijpt wel: als jij 's maandags een bestelling hebt van zes ton meel, dat is eigenlijk ondoenlijk. Bij een goede wind kan je wel een ton malen, je moet altijd een beetje een buffer hebben. Wij malen ook altijd een beetje, dat we een dag of drie buffer hebben. Maar je moet niet ineens een bestelling hebben, dat je zoveel moet hebben. Dus dat was echt... Een paar weken hebben we dit gedaan. En dat was echt buffelen. Nou, dit is eigenlijk ook de grootste fout geweest die wij in ons molenbedrijf gedaan hebben. Met een meelfabriek in zee gaan en voor een paar dubbeltjes een hele grote hoeveelheid meel malen. Je bent echt uren, tot 's avonds laat, ben je bezig. Daar zijn we eigenlijk op afgeknaapt. Om het maar zo uit te drukken. Toen kwam al heel snel het plan, binnen ons stichtingsbestuur: wij moeten helemaal 100 procent op eigen benen staan. Dit doen we niet meer. We gaan kleine bakkers benaderen, kleine bedrijven. Maar niet voor zo'n grote gigant. Want als zo'n grote gigant wegvalt, dan heb je ook helemaal niks meer. Dus daar zijn we op een gegeven moment mee gestopt. Om dat moment kwam ook het lidmaatschap van het Ambachtelijk Korenmolenaars Gilde onder druk te staan, want je levert aan een meelfabriek. En het Ambachtelijk Korenmolenaars Gilde heeft eigenlijk alleen het doel van het in stand houden van ambachtelijke molenbedrijven. En niet als jij natuurlijk een loonmalerij bent voor een meelfabriek. Dus ook dat kwam onder druk te staan. Dus er is best wel een periode geweest dat we even wat problemen hadden. En dan praten we toch over 1991, 1992, 1993. Het bruin van de molen bleef eigenlijk bestaan, het echte bakkersgilde was heel actief daarin. De molen De Vrijheid in Schiedam maalde volop, in die periode. De molen in Wervershoof maalde volop in die periode. Er kwamen hier en daar meerdere molenbedrijven bij. Ook de Witte Molen in Nijmegen begon te malen. En zo zag je toch, ook binnen het Ambachtelijk Korenmolenaars Gilde, steeds wat bedrijven opbloeien in dat kleinschalige van bruin van de molen, ambachtelijke bakker. En dat soort dingen. In die periode konden wij zelfs zonder subsidie gaan malen. Want we kregen altijd nog een exploitatiesubsidie dus van de gemeente IJsselstein. Ieder jaar moesten we dus een verantwoording afleggen van hoe of wat. En het bestuur had ook zelf het voornemen: wij willen volledig zelfstandig gaan malen. Dan komen we ongeveer een beetje in de jaren 1999, het jaar 2000. En daarin zie je dus eigenlijk de opkomst van de broodbakmachine. En de opkomst van de broodbakmachine, dat is eigenlijk een beetje de redding geweest voor het ambachtelijk molenbedrijf. Want dat begon ook een periode te worden dat het aantal warme bakkers, het aantal slaggers, het aantal melkboeren, opgegeten werd door de grote supermarkten. Zoals we ze nu kennen. De kleine ondernemers kwamen enorm onder druk te staan en vielen hier en daar weg. Dus het werd steeds aantrekkelijker om ook meel uit te wegen in kilo zakken, drie kilo zakken, vijf kilo zakken. Voor de gewone particulier die dus een broodje kwam bakken. En in die periode hebben we dus beneden in de molen een winkeltje gemaakt met wat rekken. Dat we zeiden: 'Dan kunnen we wat meel, wat pannenkoekenmeel, en dat soort dingen, in verpakken, en dan kunnen de mensen dus een zakje meel komen halen.' Dat is tot in het jaar, ongeveer, dan praten we over 2009, 2010, geweest, dat dat zo'n enorme toeloop nam, dat de mensen soms buiten in de regen en de kou stonden te wachten totdat ze aan de beurt waren. En in die periode hebben we dus eigenlijk als bestuur en als molenaar besloten: zou het niet een idee zijn om een molenwinkel te beginnen? En die molenwinkel zou dan naast de molen gebouwd moeten worden, want dat kon niet in de molen. En daar kwam bij dat in die periode ook de hygiëne-eisen steeds sterker werden. Je mag eigenlijk niet verkopen in een ruimte waar je ook in produceert. Dus



allemaal dat soort dingen kwamen om de hoek kijken. En toen is deze molenwinkel gebouwd, die hier dus staat. En na die tijd mag je het eigenlijk wel zien als een soort olievlek, dat de verkoop naar particulieren enorm is toegenomen. We maken 53 verschillende mixen voor mensen die dus zelf brood bakken.