'Met BLABLA bereik je weinig'

"Ik ontwerp lingerie, maar verkoop filosofie." In 1993 richtte Marlies Dekkers vanuit haar slaapkamer haar eigen lingerielabel op. Inmiddels heeft ze 80 medewerkers en wereldwijd 800 verkooppunten. Maar in de modewereld is de arbeidersdochter nog steeds een buitenbeentje. "Ik maak wat ík mooi vind en hoop dat anderen dat ook vinden."

TEKST: ILJA KRAAIER. FOTOGRAFIE: CARIN VERBRUGGEN

Marlies Dekkers pakt het anders aan dan welk lingeriemerk ook en vestigde zich in twaalf jaar tijd tussen de wereldtop. Al op de modeacademie was ze een einzelgänger, zegt ze. En al heeft ze er keihard voor moeten werken, de filosofie achter haar ontwerpen is nooit verloren gegaan. De 33 steekwoorden die de rode draad vormen van haar boek '*33 propositions*' zeggen stuk voor stuk iets over Marlies Dekkers en haar manier van ondernemen. "Het mooiste aan ondernemerschap vind ik dat het zo móói is. Ik kan er heel poëtisch van worden."

Aan de hand van acht van haar eigen steekwoorden laat Dekkers zich door De Zaak verleiden haar kijk op ondernemerschap voluit te etaleren. Een uniek gesprek met Nederlands succesvolste lingerieontwerpster.

IJDELHEID

~ als remmende factor ~

"Je ziet veel van die mannen, ook in kleine bedrijven, die echt de baas willen zijn. Ze zijn er trots op tien petten op te hebben. Ik vind dat je dan juist heel stom bezig bent, want dan ben jíj degene die je bedrijf klein houdt. Er is toch zo'n tv-serie, waarin de CEO terug gaat naar de werkvloer? Dat is dan bedacht voor zo'n programmaatje, maar ik vind het normaal. Iedere baas zou dat moeten doen, het is min of meer een eis!"

Marlies Dekkers mag dan een stijlicoon zijn; ijdelheid is haar vreemd. "Ik verklein mijn eigen rol, omdat ik vind dat anderen moeten schitteren op die plaats. Natuurlijk heb ik overal mijn mening over, maar ik houd er niet van 'de grote baas' uit te hangen. Ik zie vaak van die gesjeesde mannen die even een businessplan in elkaar draaien, geld lenen bij de bank en dan....Tja, en dan níet die shit willen doen. Ze gaan alleen voor het grove werk, de grote lijnen. Maar je moet niet in twee tellen thuis willen zijn. Het is stapje voor stapje, en iedere stap moet je goed doen. Ik ben ook maar een gewone arbeidersdochter die toevallig goed leuke bh'tjes kan maken. Mijn uitgangspunt is altijd: 'Zélfs ik kan het, dan moet jij het toch ook kunnen?'"

DURVEN

~ loslaten om te groeien ~

"Toen ik in *retail* begon, vroegen mensen of ik wel zéker wist dat ik personeel wilde aannemen. Terwijl er toen al mensen voor me werkten. Waarom zou personeel in een winkel niet net zo goed kunnen functioneren? Je moet mensen inzetten op hun kracht, vertrouwen in ze hebben, in ze geloven, ze op de juiste momenten ondersteunen en duidelijk zijn over wat je van ze verwacht. Maar je moet ze ook bewegingsvrijheid geven om dingen zelf uit te vinden. Al die meiden hier zijn gewoon top!"

"Veel ondernemers denken: ik kan alles zelf veel beter. Dat is bijna denigrerend tegenover werknemers. Ik geloof in verantwoordelijkheden uitbesteden, je moet uitgaan van de intelligentie van de ander. Daar voelen mensen zich prettig bij. En zorg dat ze niet stuk lopen op onduidelijkheid."

KUNST

~ van het simpel houden ~

De opvallende creaties van Marlies Dekkers zijn ware kunstwerken. In tegenstelling tot haar levensmotto '*keep it simple*' zijn ze bovendien vaak bijzonder ingewikkeld. "Dat is geen contradictie. Het gaat erom helder te blijven denken, je niet af laten brengen van je doel. Mijn ontwerpen zijn gecompliceerd, ik verlang een extreem hoog niveau van mijn mensen, de inzet is abnormaal. Dat is allemaal mogelijk door het juist simpel te houden. Maak het niet ingewikkelder dan het is! Ga altijd terug naar de basis, maak het probleem hanteerbaar."

Dekkers pakt er een bh bij, een artistiek exemplaar met leren riempjes. "Mijn team gaat met zo'n idee naar het Midden-Oosten, waar ze dan niet de benodigde machines blijken te hebben. Nou, dan moet je dus bij een leverancier van riemen of tassen zijn. Dat het in lingerie nog niet bestaat, betekent toch niet dat het niet gemáákt kan worden? Je moet gewoon bellen met zo'n tassenleverancier, uitleggen wat je wilt. In eerste ▸

instantie allemaal moeilijk, moeilijk, nooit gedaan, poeh... Maar eigenlijk is het simpel: Jantje kan dit, Pietje kan dat en samen kun je misschien iets heel moois maken."

"Ik zeg niet dat het makkelijk is. Je moet er heel veel energie in steken. Met dit ontwerp zijn we ruim twee jaar bezig geweest. Er zijn wel twintig momenten waarop je kan afhaken. Als ondernemer moet je je dan elke keer weer voor ogen houden: wat wil ik?"

REFLECTIE

~ lessen in nederigheid ~

"Er zijn eigenschappen waarvan je niet direct zou denken dat ze bij een ondernemer horen, maar die je gedoseerd wel nodig hebt. Je moet bijvoorbeeld nederig kunnen zijn. Met te veel blabla bereik je weinig. Dan denken mensen: doei! Je kunt je beter vriendelijk en onderdanig opstellen en je inleven in anderen: 'Ik snap dat het moeilijk en ingewikkeld is, maar het zou toch zo leuk zijn als...' Alleen dán kun je meedenken. Trots en koppigheid maken je inflexibel."

Marlies Dekkers wil zoveel mogelijk feedback van winkeliers en consumenten. Daartoe organiseert de ontwerpster *masterclasses* en rondetafelgesprekken. Ze staat zelf in winkels, loopt paskamers binnen en houdt af en toe een belrondje langs de winkeliers. "Als je belt reageren ze verrast: 'Je bent het toch niet zelf?!'"

"Je moet met je voeten in de modder. Zes jaar geleden kreeg ik ook veel geklaag over me heen. Dat is best eng. Daar kun je je voor afsluiten, omdat je het niet wílt horen of omdat je andere dingen aan je hoofd hebt. Maar probeer alle persoonlijke shit op zo'n moment uit het hoofd te zetten. Pas dan kun je neutraal kijken naar wat er aan de hand is, wat er te verbeteren valt."

NIEUWSGIERIGHEID

~ verplicht voor ondernemers ~

"Netwerken is voor mannen een soort tweede natuur. Daarom heb ik daar zelf ook allerlei 'mannetjes' voor. Tegen een van hen zei ik eens dat ik hem zo'n goede netwerker vind, en dat ik er niet goed in ben. 'Hoe kan je dat nou zeggen?', reageerde hij verbaasd. 'Als íemand kan netwerken, ben jij het wel!' En het is ook zo. Alleen had ik het voor mezelf veel te ingewikkeld gemaakt! Ik dacht aan feestjes, sigaren roken, haring happen en zo. Dat zag ik helemaal niet zitten. Maar wat is nou netwerken? Dat je om je heen kijkt naar mensen en denkt: Goh, wat een leuk mens, en met hem of haar gaat praten. Iets anders is het niet! Je komt altijd wel leuke personen tegen die je eens kunt bellen. Je moet elkaar een beetje 'verkennen'. Ik denk dat het voor een ondernemer belangrijk is nieuwsgierig in het leven te staan."

PASSIE

~ laat de vonk overslaan ~

"De *drive* van mijn team is geweldig. Ze gáán maar door. Soms moet ik ze gewoon naar huis stúren, of op vakantie."

De passie waarmee Dekkers praat, ontwerpt en onderneemt is aanstekelijk. "Sommigen noemen het een soort virus waarmee je wordt besmet. We hebben een heel bijzondere bedrijfscultuur. De kern ligt bij de familie: mijn man en zus die ook bij me werken. Met z'n drieën zijn we vanaf het begin heel begeesterd bezig. Dat vuur breng je over en zo spreidt het zich geleidelijk uit."

Ook in haar eigen winkels is die passie voelbaar. Zeker op de zes dagen in het jaar dat de ontwerpster zelf achter de toonbank plaatsneemt. Met hetzelfde vuur staat Dekkers zes keer per jaar zelf in haar eigen winkels en ontmoet ze haar klanten. "Zo'n dag zorgt altijd voor ware files, de winkeliers draaien de hoogste omzet van het jaar. Geweldig. Ook voor mij, want dan kan ik zoveel mogelijk borsten en bh's zien, haha! Het geeft me heel veel energie. Ik kan dan zelf zien hoe blij ik die vrouwen maak. Dat ze zichzelf mooi vinden. Bij sommige vrouwen staan echt de tranen in de ogen, dat is zoiets..."

LIEFDE

~ is weten wat er speelt ~

"Ik voel het altijd direct wanneer iemand niet goed in z'n vel zit. Hoe iemand staat of loopt: je zíet het toch gewoon? Het is een kwestie van opletten en geïnteresseerd zijn. Het is zo belangrijk dat je niet alleen maar twee keer per jaar functioneringsgesprekken hebt, maar dat je je voelsprieten open hebt staan en weet wat er leeft. Ik spreek altijd hardop uit dat ik hartstikke trots ben. Een goede financiële vergoeding is natuurlijk ook belangrijk, want het een zou zonder het ander nergens op slaan. Maar mensen moeten vooral prettig werken en goed op hun plek zitten."

IDENTITEIT

~ de klant, dat ben jezelf ~

"Shockeren was niet mijn bedoeling; nooit, nooit, nooit," zegt Marlies Dekkers over de markante blote billenjurk, waarmee ze als student aan de kunstacademie haar naam vestigde. Maar dat Dekkers graag buiten gebaande paden wandelt, mag duidelijk zijn. Ze gaat haar eigen weg en doet haar eigen ding, zoals zíj dat wil. Het woord 'doelgroepen' bijvoorbeeld, zegt Dekkers niets. "Dat vind ik zo'n achterhaald 'mannending'. Ik denk niet in doelgroepen, zo werkt het toch niet? Ik denk in mensen. Een mens is geen algemeenheid, maar een individu. Weet ik veel wie mijn ontwerpen willen? Ik kan alleen maar uitgaan van mezelf, dus ik maak wat ík mooi vind en hoop dat anderen het ook zo ervaren. Zo simpel is het. Ik heb ook nog nooit één marktonderzoek laten doen, dat zegt me niks. Ieder onderzoek is manipulatief. Je moet gewoon zorgen dat je zo'n goed product maakt, dat je genoeg vraag creëert. Ik word heel vrolijk als ik anderen blij kan maken." Z

Alle werknemers bij Marlies Dekkers zijn – net als zijzelf - bezeten van hun vak. Kan het moreel bij u op de werkvloer een opsteker gebruiken? Vraag Nederlands succesvolste lingerieontwerpster om advies. Mail naar redactie@dezaak.nl en uw vraag wordt doorgestuurd.