

ANGÉLIQUE KOOPMANS:

“HET IS VERBAZINGWEKKEND

**DAT WE AL ZO LANG
ONDER HET JUK VAN**

MASSAPRODUCTIE LEVEN”

*Als zakenvrouw hees **ANGÉLIQUE KOOPMANS** zich met frisse tegenzin in slecht zittende confectiekleding. Om hier verandering in te brengen startte ze haar eigen kledingmerk SheSuit, een bedrijf dat maatpakken voor vrouwen maakt. “De essentie van goed kleden is dat de aandacht uitgaat naar de persoon.”*



Wat is het belang van een pak?

“Wat je ook doet, mensen beoordelen je altijd eerst op wat je aanhebt. Nederlandse vrouwen denken vaak nog weg te kunnen komen met een bloemetjesrok en een vest. Maar in een hogere functie doet het er wel dege-lijk toe hoe je gekleed bent. Niet voor niets dragen mannen altijd een pak. Van iemand met rechte schouders wordt gedacht dat die goed beslissingen kan nemen. Veel van mijn klanten zijn dan ook vrouwen in topfuncties. Het uitkiezen van een goed pak is van heel veel factoren afhankelijk. Wat voor een functie heb je? Werk je bij een traditionele bank of op een recla-mebureau? Het is niet de bedoeling dat mensen het pak zien, maar ze moe-ten jou zien. Foute kleding leidt af. Als het een mooi rustig geheel is, dan is er aandacht voor de persoon. Dat is de essentie van goed kleden.”

U had een goede baan bij Wolters Kluwer, waar u nog jaren had kunnen blijven. Waarom gooide u het roer om?

“Het viel mij op dat mannen overal een pak op maat kunnen laten maken, maar vrouwen niet. Ik had een goede baan en kon dus prima geld uitge-ven aan een mooi pak, maar ik kon nergens met mijn verzoek terecht. Ergens sluimerde dus dat idee. Toen ik de veertig passeerde – een leeftijd waarop je alles nog een keer op een rijtje zet – ontdekte ik dat ik enorm veel plezier had in klanten gelukkig maken en van niets ‘iets’ maken. She-Suit is ontstaan doordat ik niet kon vinden wat ik zocht en ik de klantge-richtheid in mijn werk miste. Ik was een gefrustreerde klant, die besloot het zelf op te pakken.”

Hoe werkt SheSuit precies?

“Bij ons in het atelier kun je van scratch af aan een pak (vanaf € 895,-, red.) laten maken. Eerst kies je de styling: het type kraag, mouw, sluiting, afron-ding en vele andere details van het colbert. Datzelfde geldt ook voor de pantalon of rok. Daarna word je opgemeten. Wij hebben een ‘passerie’ bedacht, waarmee we nagaan hoe iemand een pak draagt: of je krom zit of dat de ene schouder lager hangt dan de andere. Vervolgens wordt het patroon in huis gemaakt en daarna naar een van onze producenten in bin-nen- en buitenland gestuurd. Na vier tot zes weken mag de klant langsko-men om het resultaat door te passen. Soms moeten we nog wat finetunen, zoals een zoom verleggen. Dit wordt gedaan door onze *master tailor* Maria, een Italiaanse met gouden handjes.”

Waar haalde u de overtuiging vandaan dat dit een succes kon worden?

“Ik heb geen grootschalig marktonderzoek gedaan, maar ben grotendeels afgegaan op buikgevoel. Ik dacht, ik ben vast niet de enige die er zo over denkt. En dat blijkt ook wel. Heel veel mensen zeggen: ‘Eindelijk, het is er.’ Je kunt naar een couturier gaan, maar daar kost een pak 5.000 euro en ben je bovendien afhankelijk van de collectie van dat moment. Wij zeggen: ‘De klant is koningin.’ Daarnaast ben ik een rasoptimist. Ik vertrouw op mijn ervaring. In lastige situaties heb ik toch dingen voor elkaar gekregen. Toen ik twintig was, had ik niet durven denken dat ik dit in me had. Maar iedere keer heb ik de lat weer wat hoger gelegd voor mezelf.”

Wat is het mooiste aan uw onderneming?

“Ik heb al veel ontroerende momenten meegemaakt. Zo had ik laatst een klant met een niet-gebruikelijke maat. Toen ze het jasje zag, zei ze: ‘Dat is veel te klein.’ Toen ben ik met haar voor de spiegel gaan staan en heeft ze het toch aangetrokken. Het jasje zat perfect en je zag de klant groeien. De tranen schoten bij haar en bij mij in de ogen. Mensen zijn vaak verbaasd dat – in tegenstelling tot confectiekleding – onze kleding wel past. Bij het opmeten gaan mensen zich ook excuseren: ‘Ik moet nodig afvallen.’ Nee, er is niets mis met het lichaam, de kleding moet gewoon passen. Als ik een klant hiermee blij kan maken, dan heb ik mijn doel bereikt.”

Mercedes Magazine
04 - 2009

ANGÉLIQUE KOOPMANS (44)

Angélique is in 1965 geboren in Driebergen. Na haar studie Geschiedenis aan de Rijksuniversiteit te Leiden, kon ze meteen aan de slag bij Fokker. Met Fokker liep het niet zo goed af, maar Koopmans klom op en kreeg verschillende management-functies bij onder meer Pinnacle Micro, Peek Traffic Solutions en Wolters Kluwer. In 2007 zei ze het leven als werknemer vaarwel en trok het ondernemerspak aan voor SheSuit. Het bedrijf maakt perfect zittende pakken voor vrouwen voor iedere gelegenheid. De klant stelt zelf haar eigen ontwerp samen, waardoor iedere outfit van SheSuit uniek is. Koopmans geeft hiernaast ook lezingen over ‘het belang van de eerste indruk’ en ‘personal branding’, waarmee ze mensen bewust probeert te maken van hun imago.

////////// www.shesuit.com



Ambachten zijn praktisch verdwenen in Neder-land en u begint een bedrijf waar het vakman-schap het verschil maakt. Waarom gaat u tegen de stroming in?

“Zowel zakelijk als maatschappelijk gezien vind ik het jammer dat het ambacht verdwijnt. Heel veel mensen zijn van nature goed in handwerk, maar het lijkt alsof iedereen in Nederland tot manager wordt opgeleid. Mijn bedrijf kan echter niet zonder vakmanschap. Wanneer bij een mannenpak de schouders goed zitten, is het de juiste maat. Bij vrouwenlichamen komt nog veel meer kijken. Je moet weten waar de rondingen zitten en daar je hele ontwerp op aanpassen. Minstens zo belangrijk is het binnenwerk. Dit werk is alleen weggelegd voor vakmensen.”

Wat hebt u tegen confectiekleding?

“Zeventig procent van de ‘nee’-verkoop in winkels heeft als reden dat het niet past. Niet omdat mensen het niet mooi vinden, maar omdat het niet lekker zit. Dat is toch een raar fenomeen. Het is verbazingwekkend dat we sinds de jaren zestig zo onder het juk van massaproductie leven. Iedere maand hangt er een nieuwe collectie in de winkel. Krankzinnig. Dan kun je dus geen kwaliteit leveren. Ik ben ervan overtuigd dat als je iets kiest dat werkelijk bij je past, het de juiste kleur heeft en goed gemaakt is, dan kun je dat over vijf jaar nog aan. Mode is een hype. De kleur paars is in, maar als paars niet bij je staat, is dat wel een miskoop. Investeren in een mooie basis en spelen met accessoires is veel duurzamer. Bovendien, als je een spijkerbroek van 29 euro ziet, kun je je afvragen of die prijs wel klopt en eerlijk is.”

U hebt de ambitie om van SheSuit een interna-tionaal miljoenenbedrijf te maken. Waarom niet gewoon knus en klein blijven?

“Ik ben heel ongeduldig om verder te groeien. Ik wil dat het harder en snel-ler gaat. Mensen in mijn omgeving zeggen vaak: ‘Kijk even wat je al hebt bereikt.’ In 2007 zat ik nog in een klein kantoortje met stagiairs, nu heb ik een mooi ingericht atelier en mensen in dienst. Daar ben ik zeker trots op, maar ik vind het nog niet genoeg. Ik leef in een wereld, niet in een dorp. Ik vind het nog niet genoeg. Ik leef in een wereld, niet in een wer-ken. Daarbij merk ik ook dat de kansen er zijn. Ik heb niet alleen klanten uit Nederland, maar ook uit België en er is belangstelling uit Duitsland en Engeland. Het concept van SheSuit is uniek. Er valt nog een wereld te winnen.”

//////////mm

Bij het ondernemen ben ik op mijn buikgevoel afgegaan