



In deze rubriek voert Rick Moorman gesprekken met ondernemers over hun stijl van ondernemen en hun kledingstijl. Rick Moorman heeft diverse winkels in Nederland en België en geeft lezingen over onder andere de impact van kleding. www.rickmoorman.nl

In de vorige uitgave van deze rubriek Suitable, werd er door gesprekspartner Jacques van Gils hoog opgegeven over het Italiaanse mannenmode merk Canali. Naar aanleiding daarvan kwamen er nogal wat reacties op dit exclusieve modemerkt, een reden temeer om eens van gedachten te wisselen met de man achter dit merk voor de Benelux: Hans Hagens.

Foto's: Vincent Basler

'IN DE HUIDIGE POLITIEK ZIE IK ALLEEN MAAR

Na de jarenlange dominantie van de Duitse pakkenmakers lijkt Nederland massaal over te gaan op, of misschien nog beter, te vluchten in, de meer elegante belijningen van de Italiaanse pakkenaanbieders. Zoals Canali, dat vanuit een lange traditie inmiddels de derde generatie kleemakers is uitgegroeid tot een van de weinige toonaangevende wereldmerken in pakken.

Producten waar de bevoegenheid vanaf straalt, de liefde voor het verwerken van stoffen komt prachtig tot uiting bij het bekijken van bijvoorbeeld een pak in ruitstof. Vanaf de kraag tot de rug, van de schouder tot de arm, het loopt in een perfecte lijn door op de ruit. Een Canali-pak gaat door minimaal 156 paar verschillende handen, alvorens het bij de allesbeslissende eindcontrole komt. U moet weten dat Canali geen retourenafdeling kent, simpel omdat ze er van uitgaan dat ze geen retouren hebben.

Hans Hagens bracht dit merk naar Nederland en heeft door een zeer zorgvuldig distributiebeleid Canali onder de aandacht gebracht van de betere individuele mannenmodezaken in Nederland en België. Een van de speerpunten van deze strategi-

sche keuze is vooral te letten op het aanwezige vakmanschap van de detaillist, die als geen ander de veeleisende consument kan begeleiden bij de aankoop van een traditioneel gemaakt, kwalitatief hoogwaardig pak. Deze strenge voorwaarden om het product Canali te 'mogen' verkopen, wordt hem niet door alle detaillisten in dank afgenomen en dan vooral niet door diegene die niet door de selectiekeuze van mijn gast van vandaag heen komen. Hierdoor lijkt het of Hans Hagens een missionaris is geworden binnen de vervlakking van het pakkenaanbod. Hij is in ieder geval een man met een missie en met een zeer uitgesproken mening die staat voor zijn gekozen strategie, én, zo lijkt het, succesvol bezig is aan de heropvoeding van pakkendragend Benelux.

Hans, is het werkelijk in de meeste modezaken zo slecht gesteld met de vakkennis van pakken?

"Volmondig ja, maar ik zal je ook uitleggen waarom: in veel mannenmodezaken worden appels met peren vergeleken, pakken met een Italiaans handschrift komen niet altijd uit Italiaanse productie. Het is eerder een vanuit Italië gedistribueerd pak. Vaak zijn deze pakken een alternatief voor de Sartoriale gemaakte pakken, dat wil >



'STIJLMISLUKKINGEN'

Business outfit

Super 180 top of the range € 2499

Pakken zijn te koop vanaf € 899

“NEDERLAND IS EEN JEKKERLAND”

zeggen een geplakt pak, in plaats van de kwalitatief veel hoogwaardigere traditionele manier van verwerken. Ook al kan dat laatste best deels geïndustrialiseerd zijn. Helaas hebben veel verkopers te weinig vakkennis. Dat is mede ontstaan door de leverancier die er geen extra opleidingstijd in wil of kan stoppen. Maar ook de ondernemer mag je dat verwijten; soms lijkt het er op dat de uitstraling van de winkel belangrijker is dan een juiste opleiding of bijscholing van de verkopers. De belangrijkste investering die een ondernemer moet maken, is de investering in zijn medewerkers, want er geldt nog steeds: een goede verkoper brengt geld binnen, een slechte verkoper brengt geld weg. Goede verkoopmedewerkers kunnen vanuit hun vakkennis ook uitleggen waarom een pak een bepaalde prijs rechtvaardigt. Ook zouden detaillisten beter moeten letten op de dresscode van de verkopers zelf. Heb je een winkel waar pakken de boventoon voeren, dan zal je er voor moeten zorgen dat de koper zich ook op zijn gemak voelt. En dat zijn koopomgeving voldoet aan zijn eigen behoeften. Kleding speelt daarin een grote rol.”

Hoe ga jij daar als agent van een hoogwaardig merk mee om?

“Het was, na het verkrijgen van de distributie voor de Benelux, wellicht de gemakkelijkste weg geweest om mijn producten via de zogenaamde betere mannenmodeketens weg te zetten, maar ik heb zeer bewust gekozen om Canali via de individuele detaillist naar de markt toe te brengen. Ik ben begonnen met diverse verzorgingsgebieden in kaart te brengen en vervolgens de juiste winkels daarbij te zoeken. Winkels die bekend stonden om hun hoogwaardige merkenaanbod en de daarbij behorende kwalitatieve uitstraling en dan vooral van de medewerkers. Die winkels konden de exclusiviteit krijgen, mits ze ook de kracht hebben om de wereld van Canali over te brengen. En dat betekent samenwerken en bereid zijn om je medewerkers mee te nemen naar Italië om ze zo kennis te laten maken met het productieproces. Hierbij staat de benodigde kwaliteit en input van de medewerkers centraal. Dat is een langzaam en tijdrovend traject, maar wel met het beoogde resultaat. Wat ik hiermee wilde bereiken heet het zogenaamde Miele-effect: ‘Er is geen betere’.”

Hoe gaat de Nederlandse consument op dit moment in jouw ogen gekleed?

“Het is duidelijk dat in Nederland de kwaliteit achteruit gaat, voormalig minister Hans Weijers heeft ooit geroepen: ‘Wil Nederland overleven dan moeten we aan kwaliteit gaan werken.’ Het is daar-

om jammer dat er op dit moment geen echt boegbeeld aanwezig is waarvan de consument kan zeggen: dat is een goed kwalitatief stijlicoon. Pim Fortuyn was zo iemand, maar in de huidige politiek zie ik alleen maar stijlmislukkingen. Daar waar minister Zalm het voorbeeld zou kunnen geven, lijkt hij te zuinig, maar wellicht past dat bij zijn rol. Over onze minister-president is al genoeg gezegd, maar ook een Wouter Bos gaat het ons niet geven. In potentie zou Ben Verwaayen (British Telecom, red.) een stijlicoon kunnen zijn of anders Hans van Breukhoven (Free Record Shop, red.). Het moet een bekende Nederlander zijn, wil het echt overslaan. Als ik vandaag de dag over straat loop dan zie je de mensen kijken. Het doet me deugd dat ik over mijn pak een compliment krijg, dat maakt me ook sterker in mijn geloof dat we met Canali in Nederland op de goede weg zijn. Uiteindelijk kiezen we toch voor kwaliteit.”

Toch is Nederland ook een land van casual, hoe moeten we daar dan mee omgaan?

“Nee, Nederland is een Jekkerland geworden, dat thuishoort in de zeilsport en heeft niks met gekleed casual te maken. Ook hier ligt de schuld enigszins bij de detaillist; men koopt allemaal hetzelfde om maar vooral niet buiten de pas te lopen. Door zich beter in hun klanten te verdiepen kunnen detaillisten zich zelf meer onderscheiden. Maar ook de leveranciers hebben schuld; ze kiezen niet meer voor een selectieve distributie maar voor massa. Die massa lijkt vervolgens allemaal op elkaar. Door een betere samenwerking ontstaat er een beter uitgebalanceerde distributie, waardoor er voor de consument, de detaillist en uiteindelijk ook voor de leverancier een gezondere situatie ontstaat.”

“Ook bij Canali brengen we een sportswear lijn, mede ontstaan door de eigen Canali-winkels en ‘shop in shops’, echter wel uitsluitend geproduceerd in Italië. Sportswear is bij ons inmiddels ook vijftien procent van de totaalomzet, wij gaan ervan uit dat wij onze consumenten het weekend weer hebben teruggegeven. Onze consument laat in zijn zakelijke omgeving zien van luxe te houden en vooral stijlvol te zijn en dat vindt hij ook terug in onze sportswear. Sportswear waarbij het colbert voorop staat om van daaruit de verschillende kledmomenten in het weekend in te vullen. Een man wil verwend worden, dat zit nu eenmaal in zijn genen. Dat geldt ook voor zijn kleding; verwennen met luxe, kwaliteit en uitstraling. Zolang dat in de juiste balans gebeurt is de prijs belangrijk, maar niet het állerbelangrijkst. Een man krijgt waarde naar zijn geld, oftewel: er is geen betere!”

Dat Hans Hagenaars zeer bevlogen is in zijn vak, moge duidelijk zijn en als het aan hem ligt gaat heel zakelijk Nederland over op het betere pak. Aan u de keus om daaraan te voldoen. Canali zou daar goed in passen. Als dan de Nederlandse detaillist ook nog gaat investeren in zijn medewerkers dan wordt dit land weer een stuk kwalitatiever. Waar heeft u uw pak gekocht? **Z**



Sportswear outfit	
Colbert	€ 899,00
Pantalon	€ 189,00
Pullover	€ 199,00
Shirt	€ 139,00