

Lingeriekoningin wordt Zakenvrouw



• Uit de handen van minister Jacqueline Cramer (VROM) ontvangt Marlies Dekkers (links), ontwerpster van smaakvolle lingerie, mede-auteur van de bestseller Stout en eigenaresse van een internationale winkelketen tijdens een drukbezochte receptie in het Haagse Hotel des Indes de Prix Veuve Clicquot, de prijs die jaarlijks wordt toegekend aan de Zakenvrouw van het Jaar.

FOTO: ANKO STOFFELS

PAGINA 4

Zakenvrouw in
vrouwenzaken

ZAKENVROUW IN VROUWENZAKEN

De jury was het er snel over eens dat ze eindelijk eens Zakenvrouw van het Jaar moest worden. **Marlies Dekkers** zelf ook. Gisteravond kreeg de 41-jarige ontwerpster van stijlvolle ondermode de bijbehorende Prix Veuve Clicquot uitgereikt in het Haagse Hotel Des Indes. „Ik hoorde al jaren van vriendinnen dat ze me hadden aangemeld!”

Ze verkoopt haar couture-lingerie in alle grote Europese landen, in Rusland, Australië, Zuid-Afrika, Canada en binnenkort in de VS. Ze heeft eigen zaken in Rotterdam, Amsterdam, Antwerpen en Bangkok, binnen een maand ook in Maastricht en zelfs in Parijs. „Daar word ik de eerste Nederlandse ontwerper met een eigen winkel!”

Stimulans

De Prix Veuve Clicquot is nadrukkelijk bedoeld om het vrouwelijk ondernemerschap te stimuleren. Daarom draagt deze gerenommeerde prijs, waarvan uw rubriekschrijver adviseur van de jury is, de naam van **Barbe Nicole Clicquot Ponsardin**, de weduwe (veuve) die in de 19e eeuw haar familiebedrijf wist uit te bouwen tot een vooraanstaand champagnehuis.

Marlies Dekkers is een hedendaags voorbeeld voor vrouwen. En ze weet het. Niet alleen leidt ze als vrouw de snelgroeïende MD Group. Haar onderneming richt zich ook op vrouwen: „Ik weet hoe je een vrouwenlichaam



■ **Marlies tussen haar ouders Ivo en Annie Dekkers, voor een portret van Debbie Harry door Andy Warhol, dat onderdeel uitmaakte van haar laatste presentatie. „Ik draag ook Marlies Dekkers”, lachte haar moeder.**

FOTO: FRANK DE RUITER

mooi en spannend kunt maken”, klinkt het. „Zonder dat het ordinaar wordt.” En ze werkt vooral met vrouwen.

„De meeste van mijn 125 medewerkers zijn vrouw. Ze zijn goed, scherp en hardwerkend”, verzekert Marlies. „Bovendien snappen zij de producten het beste.”

Hoogst kritisch is ze op haar ontwerpen voor lingerie, nachtkleding en zwemkleding. „Alle nieuwe lingerie wordt twee maanden voordat het de winkel ingaat speciaal op mijn maat gemaakt. Alles pas ik zelf aan, om te weten of het goed zit.”

Daar verwacht de onconventionele zakenvrouw ook van haar medewerkers: „Allemaal moeten ze mijn spullen dragen en iedereen moet zeuren! Als collega's aan elkaar vragen om eens te tonen wat ze dragen, verwacht ik dat dit ook gebeurt. Op onze financiële afdeling kan het dus voorkomen dat je opeens in je bloot-



■ **Marlies met Mariëtte Barnhoorn (Zakenvrouw van het Jaar 2004), bij de uitreiking van de Prix Veuve Clicquot van vorig jaar.**

FOTO: SERGE LIGTENBERG

■ **Marlies met haar dochter Zilver op de opening van haar winkel in Bangkok, vorige zomer.**

FOTO: KEETJA ALLARD

je moet. Die openheid is absoluut nodig”, zegt ze zonder blikken of blozen. „Dat had natuurlijk nooit gekund in een mannencultuur.”

Mannen

De mannen die bij haar werken, pakweg een vijfde van het totaal, ontkomen niet aan haar regime: „Ook zij moeten mijn spullen aan: een vijfde van mijn collectie is voor mannen.”

Maar vrouwen, daar draait het om bij deze eigenzinnige zakenvrouw. Als het aan

haar ligt, draait haar bedrijf niet om ego's. Ze is niet alleen op zoek naar schoonheid en goede verhoudingen in haar ontwerpen, maar ook in de omgang met haar personeel. In dit bedrijf is een gesprek over thuis ronduit welkom. „Als iemand mij komt vertellen dat ze zwanger is, dan heb ik eerst de tranen in mijn ogen. De rest, over hoeveel dagen werken, dat zijn uitwerkingsproblemen. Wat mij betreft hangen we de kinderfoto's op kantoor.”

Zij scheidde vorig jaar van haar man **Peter Wagenaar**,

tot dan financiële man van haar bedrijf. Ze zorgen samen voor hun dochter **Zilver** (8).

Het meisje was geen belemmering in haar carrière. „Dat vrouwen niet doorstoten naar de top, dat hebben ze vaak aan zichzelf te wijten. Ze lopen gewoon weg. Maar dat is weer vanwege de sfeer, omdat hun werkplek hen niet aanspreekt of door de omgangsvormen. Meestal is de omgeving macho: de cultuur, het gebouw, alles!” Ze vindt het interessanter als vrouwen zich meer laten horen. „Het gaat om de goede balans.”

SCHEURKALENDER

De mens is een spiritueel wezen, dat om werkelijk spiritueel te kunnen zijn, een lichaam nodig heeft.

Thomas van Aquino

Stan Huygens

JOURNAAL

journaal@telegraaf.nl / fax: 020-5852065



Daarom vormt Marlies nu na het vertrek van haar ex de directie met een andere man: **Arnold Perizonius**. Hij is, evenals de Brabantse kunstverzamelaar **Vincent van Zon**, mede-eigenaar van de bv, waarvan de grote meerderheid in handen bleef van de gedreven bedenker, oprichter en creatieve drijfveer, die niet voor niets cum laude afstudeerde aan de gerenommeerde kunstacademie St. Joost in Breda.

„Arnold moest wel eerst vertrouwen winnen: ik wilde dat hij binnen een maand voor elkaar had dat vrouwelijke medewerkers hem hun bh wilden tonen.” Het lukte en hij kon blijven.

Spreker

Vanwege haar open aanpak is Marlies veel gevraagd als spreker in andere bedrijven. Nooit heeft ze zich onheus bejegend gevoeld, of geremd door kritiek op het feit dat ze lingerie maakt, met alle sensuele marketing eromheen. „Ik laat me niet remmen”, klinkt het fel. „Kunstenaars zijn altijd op zoek geweest naar vrouwelijke schoonheid en ik zou het opeens niet mogen? Mijn spullen worden ook in zwarte-kousengemeenten verkocht. Mijn spullen alsook de reclame-uitingen zijn niet om te shockeren. Ja, anderen doen het plat: bedrijven waar mannen aan de top zitten!”



■ **Marlies (r) met Heleen van Royen, met wie ze het boek Stout schreef.**

FOTO: ANP

Vorige week presenteerde ze haar nieuwe collectie in het tijdelijk onderkomen van het Stedelijk Museum in Amsterdam, in een schemerige ruimte met harde muziek en hippe cocktails. Ze had prachtige voorstellingen, gebouwd rond modellen die bevallig de nieuwste korsetten, onderbroeken en bh's toonden. „De settings rond de modellen tonen mijn inspiratie”, legde ze bevlogen uit. Het ene 'tableau vivant' draaide om vergankelijkheid, het andere om het loskomen van beschermende gewoonten. Hier was diep over nagedacht. Marlies ont-

■ **Marlies Dekkers tijdens de presentatie van haar nieuwe collectie.**

FOTO: FRANK DE RUITER

werpt niet zomaar iets leuks. Haar werk is het resultaat van een breed scala aan intenties.

Investeren

Ze blijft echter met beide benen op de grond staan: „Je kan geweldige kunst neerzetten, maar het blijft lingerie.” Even nuchter is ze erover dat haar bedrijf in het verleden niet altijd zwarte cijfers kon schrijven. „Ondernemers die nooit rood staan, die begrijp ik niet. Je moet toch ook investeren?” vindt Marlies. „Je vertrouwt toch op het resultaat?”

Zo begon ze in 1993 een eenmanszaak met haar eigen lingeriecollectie. Inmiddels levert ze aan 900 verkooppunten in vele landen en wordt alles in het Verre Oosten geproduceerd. Ze groeide van 20 medewerkers in 2004 naar 75 twee jaar later. Inmiddels heeft ze er weer 40 werknemers bij en ze heeft vertrouwen in de toekomst.

„Uiteindelijk wil ik terugkijken op een wereldomvattend netwerk”, zegt ze. „Het irriteert me vreselijk dat bedrijven met veel slechtere producten zo groot zijn geworden. Dan moet ik in één leven toch net zo groot kunnen worden?”

OPA EN OMA MEE OP VAKANTIE

ZAL DIE TIJD OP DAT ROTJONG OPPASSEN! BAH!

