

fd.
Persoonlijk

Martijn Veldhoven
Nerd in de
mode-industrie

Cultuur

De decadente
Gustav Klimt

Oud & Nieuw

De gelukkige combinatie
van ervaring en jong talent

Available on the
App Store

'Ik ben een redelijke nerd'

Wie: Martijn Veldhoven (40). **Wat:** topman van modebedrijf Veldhoven (Sandwich, Turnover, Stills). **Wilde als jongen:** een multinational leiden. **Geloof in:** het recht van de sterkste.

Zijn kledestijl is niet bepaald 'corporate'. Met zijn losse, lange haren, een nonchalant ogend jasje van Maison Margiela, sneakers en een jeans lijkt Martijn Veldhoven eerder de baas van een reclamebureau. Een creatief.

Om zijn pols een Cartier-horloge, aan zijn arm bungelt de roze scooterhelm van zijn dochter. Hij heeft iets jongensachtigs. Toch is deze man de topman van een miljoenenbedrijf met wereldwijd 1600 mensen in dienst. Een chief executive officer.

Martijn Veldhoven is de derde generatie uit de Haagse modefamilie. Een ontmoeting met Veldhoven 3.0, zoals hij ook wel wordt genoemd, is

zeldzaam. Hij laat zich niet graag en maar heel zelden ondervragen en spreekt bedachtzaam. Als het zijn privé zaken aangaat, komt hij onverwacht fel uit de hoek. 'Ik ben niet de meest extraverte persoon', verontschuldigt hij zich daarna. 'Om mijn gezin te beschermen blijf ik liever onder de radar. Het gaat toch niet om mij, maar om het bedrijf dat mijn achternaam draagt.'

Aanvankelijk wil Martijn helemaal de mode niet in. Na de middelbare school vertrekt hij naar Amerika. Hij studeert er economie en econometrie en volgt een MBA International Strategy. Zijn wens: een multinational leiden. Hij begint zijn loopbaan als controller bij de Amerikaanse zoetwarenfabrikant Wrigley, bekend van de kauwgom. Maar hij is te ongeduldig voor een carrière

Tekst Barbelijn Bertram en Elleke van Duin | foto's Marie Cécile Thijs



Martijn Veldhoven:
'Mijn vader heeft me
aandacht voor kwaliteit
bijgebracht. Liever nu
190 goede klanten
dan per se 200 omdat
dat je doel is.'

een multinational. 'Ik wilde niet tien jaar
nten.'

In 1997 raakt hij met zijn vader in gesprek over
reding tot het bedrijf. 'Ik moest er wel even
nadenken; ik ben meer een strateeg dan een
ondernemer, dacht dat het bedrijf te klein was
mijn interesses. We zijn toen overeengeko-
dat ik eerst een MBA-studie zou volgen, aan
University of Chicago, de meest theoretische
A die er is. Ik ben een redelijke nerd. Daarna
ik nog een jaar als consultant gewerkt en zo
veer alle disciplines van een organisatie van
en en van buiten leren kennen.'

In 1998 treedt Martijn daadwerkelijk toe tot
VeldhovenGroup. Het bedrijf, in 1950 opge-
t door zijn grootvader, is dan al een flink
opees retailbedrijf. In 2006 neemt Martijn de
lijkse leiding over en wordt hij toch nog de
s van een multinational. De omzet is inmid-
opgelopen tot rond € 250 mln.

Twee maanden geleden opende Veldhoven in
Amsterdamse Cornelis Schuytstraat een Still-
winkel, voor Nederland de allereerste flagship-
e, zeg maar winkel met het hoogste profiel.
s staat voor ingetogen en verfijnde kleding.
nisticated. In ieder geval niet helemaal in de
van de glamourlook van de gemiddelde
w uit Amsterdam-Zuid. Veldhoven schiet in
ch. 'Ik woon in die buurt. Ze bestaat heus wel
, die Stills-vrouw. Waarschijnlijk valt ze ge-
n minder op.'

Hoewel de economische crisis ook de mode-
che fors raakt en vooral kleinere, zelfstandi-
modewinkels het zwaar hebben, is Veldhoven
mistisch. 'De eerste resultaten zien er goed
Beter dan verwacht zelfs. Gemiddeld worden
er week tussen de 120 en 180 stuks verkocht.
eren kraag waarmee ik op de foto sta, is een
de best verkopende producten. En onze jur-
doen het altijd goed. Men voelt zich kenne-
prettig in onze winkel. Ik ben blij.'

ht van de sterkste

de drie merken van de VeldhovenGroup vergt
over de meeste aandacht. Van het in 2010
gekochte label was bij de aankoop niet veel
r over; Martijn werkt hard aan een comeback
het merk. Sandwich is de 'moneymaker'; het
ert 80% van de omzet. Paradepaardje is het
ue Stills, momenteel goed voor 7% van de
et. 'De modemarkt heeft het moeilijk, maar
porzie voor alle onze merken mogelijkheden
e groeien.' Bang voor de recessie is hij niet.
r wel: 'We moeten bewegingsvrijheid hou-
En heel, heel erg op de kosten letten. Dat be-
t: geen rare dingen doen en zo min mogelijk
lopende verplichtingen aangaan. Meer dan
telt nu het recht van de sterkste.'

at je in het leven niets cadeau krijgt, kreeg
hoven mee van zijn ondernemende ouders.

“ Sinds ik in de mode zit, loop ik nooit meer achteloos door een winkel ”

Zijn moeder richtte een modeketen en later een
-agentuur op. Vader bleek eveneens een succes-
vol ondernemer. De handelsgeest van Martijn
werd in Amerika verder aangewakkerd. 'De resul-
taatgerichtheid van een gemiddelde Amerikaan
zit in zijn genen. Het gaat er daar hard aan toe.
Onderlinge relaties zijn van ondergeschikt be-
lang. Het draait om doelen, om targets. Ik vind
dat kortetermijndenken. Werkdiscipline zelf is
in Amerika geen discussie. Men werkt buiten-
sporig veel. Maar is dat zestigste uur nog steeds
productief? Dat lijkt me niet. Het verschijnsel
burn-out wordt daar niet erkend. Of althans,
men geeft er niet aan toe. Zieke werknemers wer-
ken gewoon door. Maar wat komt ervoort uit zo'n
economie? Geen wonder dat het er soms nogal
oppervlakkig aan toe gaat.'

*Bij u zit het succes in de genen. Hoe kijkt u terug op
uw jeugd?*

'Ik ben geboren en getogen in Wassenaar. Ik heb
daar tot het einde van de middelbare school zor-

geloos geleefd. Mijn ouders gingen al op jonge
leeftijd uit elkaar, ik was nog maar twee jaar. Mijn
broer en ik bleven bij mijn moeder, mijn vader
ging honderd meter verderop wonen. Toen ik
twaalf was, verhuisde mijn vader naar Zwitser-
land. Alle kinderen hebben in Amerika gestu-
deerd. Gek genoeg is niemand in de mode
beland, behalve ik.'

*Hoe was het om uit Amerika terug te keren in
Nederland en te beginnen in een onbekende
branche?*

'Ja, ik was negen jaar lang weggeweest uit Neder-
land en had geen kennis van de mode-industrie.
Toch was het een natuurlijke situatie. Ik voelde
geen druk dat alles morgen af moest zijn. Mijn
vader keek niet over mijn schouders mee, maar
liet me ook niet zwemmen. Ik kreeg de tijd om
stap voor stap de taken over te nemen. Moeite om
opnieuw te aarden had ik ook niet. Al ben ik wel
in Amsterdam gaan wonen in plaats van Wasse-
naar.'

*Hoe kan een 'nerd' een kledingbedrijf runnen? Bij
kleding gaat het toch om emotie?*

'De visie over mode hoeft ook niet van mij te
komen. Daarvoor hebben we prachtige mensen
in dienst. Wie ben ik om daar een mening over te
hebben? Onze creatief directeur en haar team
zijn superspecialisten op het gebied van mode.
Ik kan daar niet veel aan toevoegen. Gevoel voor
mode heb ik inmiddels ontwikkeld, dat bleek
toch latent aanwezig. Ik kijk tegenwoordig op
een andere manier naar vrouwen; ik kijk of hun
kleding hun persoonlijkheid onderstreept, hen
mooier maakt. En ik loop ook nooit meer achte-
loos door een winkel.'

*Wat is het belangrijkste dat u van uw vader hebt
geleerd?*

'Geduld hebben en opties openhouden. Daar-
mee bedoel ik: niet te ver doorlopen, maar onder-
weg kijken of je de juiste stappen neemt en zo
nodig bijsturen. Dat voorkomt een tunnelvisie.
Ook de aandacht voor kwaliteit heeft hij mij
geleerd. Mijn vader zei: liever nu 190 goede
klanten dan per se 200 omdat dat je doel is. Hij is
een wijs man en een natuurlijke leider. Hij kan,
zonder mensen het gevoel te geven welke kant hij
op wil, het gesprek in de door hem bedoelde
richting sturen. Op een respectvolle manier
krijgt hij zijn zin. Als kind voelde ik me altijd heel
veilig bij mijn vader. Er was rust en geborgen-
heid.'

Lijkt u op hem?

'Dat zou ik wel willen. Ik herken een aantal
elementen in hem. Maar ik wil soms wat sneller
door. Hij wil eerst iets afmaken voor hij aan het
volgende begint.'



Curriculum vitae

Martijn Veldhoven

Geboren 1971 in Wassenaar

Opleiding 1990: vwo

1994: Bachelor of Science in Economics aan de Northwestern University of Chicago

1999: Master of Business Administration, University of Chicago

Werk 1994-1998: financieel analist bij Wm. Wrigley Company (in Chicago en München)

1999-2000: associate bij A.T. Kearney

2000-heden: ceo VeldhovenGroup, Amsterdam

Hobby's skiën, naar de film, uit eten, reizen

Is uw achternaam een voor- of nadeel in het bedrijf?

'Soms is het lastig, dan merk je dat je gezien wordt als het "zoontje van" dat iets moet gaan bewijzen. Maar mijn bewijsdrang komt daar niet uit voort, ik geef pas leiding op het moment dat er iets geleid moet worden. En soms valt het mee. Dan is het voldoende als je Veldhoven zegt.'

Wat voor soort manager bent u?

'Ik leg geen dingen op. Ik zorg voor vrijheid binnen de kaders, zodat er ruimte is voor ontplooiing. Het moet niet mijn idee zijn dat wordt uitgevoerd, ik help coördineren. Het managementteam moet zelf nadenken en verantwoordelijkheid dragen. Fouten maken kan en mag, daarvan leer je en daardoor groei je. Dat kan alleen als je veilig voelt binnen een organisatie.'

In de Quote-500 van rijke Nederlanders staat u op plaats 258.

'Dat zal best.'

Waarin belegt u uw privévermogen?

Het is even stil. 'De belegging van je vermogen is een persoonlijke zoektocht: wat doe je ermee? Ik heb het mijne verdeeld over niet-risicodragend vermogen en een deel wel risicodragend vermogen. Maar ik hou me er niet zo heel erg mee bezig, dat doen mijn adviseurs.'

'Ik was negen jaar lang weggeweest uit Nederland en had geen kennis van de mode-industrie. Toch was het een natuurlijke

situatie dat ik een kledingbedrijf ging runnen. Ik kreeg van mijn vader de tijd om stap voor stap de taken over te nemen.'