

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 elke uitgave van Zoete staat een bepaald thema centraal en de redactie verzoekt mij vriendelijk voor deze rubriek een gesprekspartners te vinden die binnen dat thema past. De rode draad in deze uitgave is Netwerken. Voor mij is het dan niet zo moeilijk te bedenken wie mijn gesprekspartner zou moeten zijn. Als er een ondernemer in

Nederland te vinden is die een succesvolle business heeft opgebouwd waarbij het uitbouwen en onderhouden van zijn netwerk centraal staat dan is dit Aad Ouborg wel.

Foto's: Bas Quaedvlieg

“SUCCES IS VOORAL DELEN”

Deze 47 jarige jonge ondernemer heeft van zijn uitspraak ‘Ondernemen is Entertainen’ een letterlijke levensmissie gemaakt. Immers entertainen doe je voor je klanten, je consumenten, je toeleveranciers en natuurlijk voor jezelf. Het enthousiasme voor zijn product en bedrijven straalt aan alle kanten van hem af en dat heeft hem ook succesvol gemaakt. Een succes dat met hard werken en veel plezier gepaard gaat. We kennen allemaal zijn producten, want zoals hij graag verkondigt ‘hoort in iedere keuken een Princess thuis’, een woordspeling die staat voor zijn manier van ondernemen.

HARD WERKEN

Van teammanager van het Nederlands mannenhockey-elftal, via de grote animator achter Circus Renz, tot aan een eigen entertainment groep, zijn netwerk wordt steeds groter. Groter worden ook zijn feesten en marketingactiviteiten, kortom mijn gast laat zien dat zijn tweede bekende uitspraak ‘Als je in de toekomst wil scoren, dan moet je vandaag hard werken’ volledig door hem worden waargemaakt. Nu wil ik natuurlijk graag van Aad weten of hij rekening houdt met zijn kledingkeuzes en of deze kledingkeuzes bijdragen aan zijn succes. De entree in het prachtige hoofdkantoor in >



“STREAMER”



Breda, een groot landhuis midden in een park, is voor mij ook een beetje bekend terrein, maar dat wordt straks in het gesprek misschien wel duidelijk .

BEN JE MEER EEN ZAKENMAN OF EEN ENTERTAINMENT GOEROE?

“Ik ben gewoon zakenman hoor, maar het allerbelangrijkste is dat ik vooral wil dat alles wat ik doe het beste is dat ik in me heb. Dat begint bij de koffie, het pand waarin we zitten en de manier waarop we met mensen willen omgaan. Het moet vooral leuk zijn en dat is geen marketingtruc maar gewoon jezelf blijven. Zoals het aloude principe: wie goed doet, goed ontmoet. Ik koppel daarbij allerlei mensen aan elkaar en als ik zie dat alle details kloppen, en dan vooral de emotionele details, dan ontstaat er een band die verder gaat dan alleen maar zakendoen. Dat zakendoen loopt in de slipstream mee en staat niet centraal in de relatie die je verder met mensen opbouwt. Een mooi voorbeeld is het feest dat ik regelmatig geef in het land waar mijn producten gemaakt worden. Die mensen werken hard en dan vind ik dat er soms best een feestje gevierd mag worden. Ik versier de gehele straat en het feit dat wij een typisch Nederlands bedrijf zijn staat dan voorop. Zo laat ik iedereen in tulpenjurken lopen die ontworpen zijn door Monique Collignon. Dat die jurken vervolgens een succes worden, dat doe ik niet, dat doet ze zelf. Maar daar geniet ik dan weer van!

Ook andere activiteiten die we in het verleden ontplooid hebben zijn altijd gebaseerd op de mensen die ik lief heb en dat zijn mensen die al jaren tot mijn intimi behoren. Een feest zie ik als een platform voor al mijn netwerken, maar dan wel in een klasse omgeving en uitgaande van het allerbeste. Ik ben graag in het gezelschap van echte mensen en alleen dan is het zichtbaar dat het ook echt en vooral gemeend gezellig is en dat je het beste met elkaar voor hebt.”

IS KLEDING BELANGRIJK VOOR JE?


“Ik zie kleding als een zeer belangrijk communicatiemiddel en ik

maak daar ook regelmatig gebruik van. Een van de allerleukste momenten was tijdens een feest dat we gaven in het Verre Oosten. Ik had iedereen uitgenodigd voor onze jaarlijkse kerstshow voor alle medewerkers en relaties. Nu is het natuurlijk niet moeilijk om daarvoor een wereldster in te huren om de show op te luisteren, maar dat is dan weer zo gemakkelijk. Het ging tenslotte toch ook om echte mensen; de Princessmedewerkers en relaties. Ik wilde graag aangeven dat we zo'n gebeurtenis niet afdoen als iets noodzakelijks, maar dat we er veel tijd in steken om de avond zo gezellig mogelijk te laten worden. Belangrijk is dan dat de lach er snel in komt, dus ging ik zelf op het toneel staan in mijn kerstboom pak. En als ik dan ga zingen dan is de avond gelijk goed, maar vooral met een lach begonnen. Hierbij werd dus mijn kerstboompak een communicatie middel.”

HOE BELANGRIJK IS JE PERSOONLIJKE KLEDING VOOR JE?

“Ik ben erg blauw georiënteerd. Kijk maar naar mijn logo, naar mijn auto en dus ook naar mijn kleding. Misschien een beetje saai, maar in blauw voel ik me gezellig en dat is belangrijk voor me. Het zou natuurlijk best wel eens wat anders mogen zijn, maar dan val ik daarna waarschijnlijk toch weer terug op blauw. Laatst kocht ik een roze cashmere pull-over en kreeg ik van mijn kinderen ineens een compliment dat ze dat zo leuk vonden. Dat vind ik toch wel heel erg plezierig.

“Ik koop mijn pakken altijd alleen. Eigenlijk gun ik me daar gewoon geen tijd voor. Hier in Breda heb ik een goed adres, Boston, waar men weet wat voor maat ik heb en waar ze precies begrijpen wat ik graag draag. Winkelen doe ik alleen in het buitenland en kijk naar de mode maar als ik dan iets koop wat mode is dan blijkt bij thuis komst dat ik toch weer mijn blauwe outfit aantrek. Ik wil me gewoon lekker voelen in kleding. De kleding van mijn medewerkers vind ik ook erg belangrijk, zij stralen immers het bedrijf verder uit. Ze moeten zich kleden naar het moment, maar soms vind ik het lastig om mijn medewerkers te corrigeren op hun kledingkeuzes als ik me er niet in kan vinden. Echter, onze bedrijfscultuur is gelukkig zo dat die kledingkeuzes van mijn medewerkers vaak automatisch goed gaan”

Voor de foto heb ik gekozen voor een pak waar toch een beetje blauw in terugkomt al was het maar om Aad zijn gezelligheid te laten behouden. De keuze voor een Scabal twee rij pak komt voort uit het feit dat ik vind dat Aad met zijn eigen producten innovatief is en dat de mode aangeeft dat het twee rij pak weer in opmars is. Daarnaast past het bij het beeld dat ik van deze fantastische ondernemer, maar vooral mens, heb gekregen. Een taupe kleurige ruit met een lichtblauwe overruit, goed te combineren met een licht blauw shirt van Canali en een goed passende das. Een outfit waarin Aad zich tijdens de fotosessie steeds beter is gaan voelen, nu maar hopen dat zijn kinderen dit ook leuk vinden! 



“STREAMER”

Scabal pak € 899,00
Canali Shirt € 139,00
Das € 89,00