

INTERVIEW ROLAND VANDERMEULEN

‘IK BEN VAN HET PRINCIPE, DOE MAAR GEWOON...’

Het kopen van een bril moet een feestje zijn. Dat is al vijftien jaar de filosofie achter het oer-Nederlandse Dutz - verbastering van Dutch Eyewear. Het Osse bedrijf, waar - hoe kan het anders - oranje zegeviert, staat al enkele jaren in de top drie van Nederland. Een gesprek met directeur/eigenaar Roland Vandermeulen over loyaliteit, je maatschappelijke rol oppakken en ... over brillen natuurlijk.

TEKST Aida Jaber | FOTO'S Erik de Brouwer

Roland Vandermeulen

DIRECTEUR DUTZ EYEWEAR



Laten we maar meteen met de meest prangende vraag beginnen: hoeveel brillen heeft Roland Vandermeulen zelf? Hij lacht. “Een stuk of dertig. Valt best mee toch? Je zult mij niet met de gekste bril van mijn collectie zien lopen. Ik hou van ingetogen. Doe maar gewoon...” Vandermeulen kwam eigenlijk per toeval in de brillen terecht. Via het bankwezen, waar hij onder meer beleggingsspecialist werd, ervaaarde hij dat hij echt een praktijkmens is. “Ik kan op een natuurlijke manier goed met klanten omgaan, waarbij mijn motto betrouwbaarheid, loyaliteit en partnerschap is. Je moet je klanten zeker niet bedotten. Maar ik zou nooit het type vertegenwoordiger kunnen zijn die z’n voet tussen de deur wringt. Dat voelen klanten aan. Of je nou verzekeringen of kattenbakkorrels verkoopt. Dat maakt niks uit. Als je maar jezelf bent. Dat zit in mij.”

EVEN TERUG NAAR DE BANK

Op een gegeven moment werd hij met zijn team door een andere bank weggekocht. “We kregen een pand, mochten het zelf inrichten en bepalen wat we gingen verdienen maar... we moesten binnen twee jaar break-even zijn. Dan ga je dus ondernemen. Weliswaar op kosten van een ander, maar je gaat bewust bedenken dat je veel geld kan gaan uitgeven en jezelf heel duur maken maar uiteindelijk moet je wel je doel bereiken. Dan ga je meteen realistisch schakelen. Daar is mijn ondernemerseigenschap losgekomen.”

Na twee jaar werd de bank overgenomen en werd het personeel ontslagen. Vandermeulen kreeg een jaarsalaris mee en besloot met vrouw en zoon (toen 2) op wereldreis te gaan. Ze vertrokken naar Maleisië en reisden rond in Australië, Nieuw-Zeeland, het Caribisch gebied en Amerika. “De tien maanden vlogen voorbij. Een enorme belevenis.” Tijdens die reis nam de Dutz-eigenaar zich voor om niet meer zo hard

voor een ander te gaan werken, en zeker nooit meer voor een bank. Solliciteren was nog niet zo makkelijk, want hij wilde stappen terug doen. Dat vonden werkgevers maar vreemd. In 2004 vond hij een baan als brillenvertegenwoordiger. “Ik kreeg brillenkoffers en moest opticiens gaan bezoeken. Toen ben ik gaan doen wat ik al die jaren daarna ook heb gedaan: aardig zijn tegen klanten, iedereen in zijn of haar waarde laten. Niks opdringen. Die houding beviel de werkgever niet goed. Dat liep na een jaar uit de hand, want ik zeg daar iets van. Ik ben geen meeloper. Maar ik had ondertussen al gezien dat dat kunstje niet zo moeilijk is: je gaat naar China, koopt daar brillen en die verkoop je hier voor het drievoudige”, zegt Vandermeulen en voegt er snel aan toe: “Zo simpel is het natuurlijk niet, maar dat dacht ik toen wel.”

En zo begonnen Roland Vandermeulen en Armand van Lingen (die als vertegenwoordiger/inkoper ook bij die vorige werkgever werkte) in 2005 Dutz Eyewear. “In het begin deden we alles samen. We vlogen de hele wereld over om beurzen te ontdekken en klanten te scoren. Op een gegeven moment word je volwassen en gaan de individuele belangen uit elkaar lopen.” Op 1 januari 2014 werd Vandermeulen alleen directeur/eigenaar. “Het is een grote klus om het alleen te doen als je niet kan sparren of een klankbord hebt. In de wereld van de brillen is heel veel beweging. In 2017 hebben de grootste brillenmaker van de wereld en de grootste glasfabrikant besloten te fuseren. Een behoorlijke verandering. Daarmee ontstond er een monopolist die 55 procent in handen heeft. Dan moet je als kleintje gaan nadenken over wat jouw stip op de horizon is.” In 2018 ontmoette hij de neven Martin en Rutger Friederichs, volgens Vandermeulen ‘iconen’ in de wereld van brillen. De neven hebben een minderheidsbelang in Dutz genomen. “Ik vind het enorm fijn om met mensen te kunnen sparren met dermate veel ervaring, een groot netwerk en aanzien. Dus dat legt ons geen windeieren.” Al vanaf het eerste uur is de brillengroothandel klant bij Crowe Foederer: voor het samenstellen van de jaarrekening, fiscaal advies en hr-lonen en advies.

SCANDINAVIË

Dutz levert aan circa vijfhonderd zelfstandige opticiens in Nederland. In Duitsland en België wordt ook hard aan de weg getimmerd en het bedrijf hoopt in Scandinavië voet aan de grond te krijgen. Vandermeulen werkt niet met ketens samen. “Toen we begonnen heb ik tegen onze klanten gezegd dat ik nooit met ketens in zee zou gaan. En ook al staan die



“Dutz is in al die jaren herkenbaar gebleven; wij zijn voorzichtig in veranderingen. Eén van onze kenmerken is dat we heel stabiel zijn en niks gek doen. Mijn filosofie is simpelheid en eenvoud.”

te popelen, ik doe het niet. Dat heeft te maken met loyaliteit. Met een Dutz bril heeft een opticien een designbril die voor iedereen betaalbaar is. Dat wil ik graag zo houden.”

Op 16 maart van dit jaar bestond Dutz Eyewear vijftien jaar. “Dutz is in al die jaren herkenbaar gebleven; wij zijn voorzichtig in veranderingen. Eén van onze kenmerken is dat we heel stabiel zijn en niks gek doen. Mijn filosofie is simpelheid en eenvoud. Een woord is een woord. Wees reëel in wat je van klanten wil verdienen. En niet ieder dubbeltje dat je uitgeeft, hoeft als een kwartje terug te komen. Het gaat om de perceptie van je klant en welke gedachte ze bij je bedrijf krijgen. Ik geef liever iets dat de klant kan beleven, zoals een dinerbon, dan korting op een montuur. Dat ebt na, blijft hangen. De voorwaarden van mijn filosofie zitten in mij. Wat ik doe meen ik oprecht, want zo wens ik ook behandeld te worden.”

MINDERBEDEELDEN

Ondernemend als hij is, besloot Roland Vandermeulen spontaan met vrienden Dennis Wouters en Jan van Engelen in 2018 mee te doen aan de Noordkaap Challenge, een tocht van 7.000 kilometer. De opbrengst moest deels naar het Rode Kruis en deels naar een zelfgekozen goed doel. Dat was niet moeilijk, want zijn moeder beheert de Amara Foundation, dat zorgt voor een kindertehuis in Kenia. “Ik ben klanten gaan vragen of ze wilden sponsoren met een sticker op onze knaloranje auto. Crowe Foederer had er bijvoorbeeld ook eentje. We hebben Amara een cheque kunnen overhandigen van bijna 19.000 euro. Ik heb mezelf altijd voorgenomen om mijn hoofd boven het maaiveld uit te willen steken, ik wil maatschappelijk bewust ondernemen en oog en oor hebben voor de minderbedeelden in onze samenleving. Ik vind het fijn dat, sinds het met mij in financiële zin goed gaat, ik dat ook kan delen.” ■