

INTERVIEW YESENIA DE WINTER-PEREZ ANCASI

UIXI en YESENIA laten zich niet tegenhouden

Na lang zoeken eindelijk hét product vinden dat je nodig had, en dan maar meteen Europees importeur worden. Dat deed Yesenia de Winter-Perez Ancasi, met UIXI Europe.

Met de UIXI – spreek uit als wiksi - kunnen vrouwen hetzelfde als mannen: staand plassen. Dat is een regelrechte uitkomst onderweg tijdens het wandelen, mountainbiken, fietsen of hiken, in evenementenwv's tijdens festivals en carnaval, op niet al te brandschone toiletten in tankstations en bedrijfsgebouwen. De naam van het handige tuitje komt van het Maya-woord 'uixiar', dat plassen betekent. Haar Udense bedrijf heet TDW Import en sluit daarmee aan op het bedrijf TDW Advies van echtgenoot Frank. Ze leerden elkaar kennen in haar geboorteland Peru en wonen sinds zestien jaar (weer) in Nederland, nu samen met hun kinderen. Frank stamt uit een ondernemersgeslacht. Zijn vader Boy is vermaard hoedenmaker. Samen met Frank en zijn broer is hij nog steeds actief in het bedrijf dat de enige ambachtelijke hogehoedenmaker ter wereld

is en vooraanstaand leverancier van dressuurhoeden én van de steken van de lakeien die de Gouden Koets begeleiden tijdens onder meer Prinsjesdag.


ZOEK DE OPLOSSING

Yesenia vertelt hoe de zoektocht begon: "Jaren geleden brandde de school van onze dochter Gabriela af en alle kinderen moesten naar een noodgebouw. Daar waren de we's zo vies, dat onze dochter daar niet wilde plassen. Ze wilde dus niet veel drinken, wilde niet met vriendinnetjes afspreken maar meteen naar huis, naar het toilet. Binnen een jaar had ze drie keer een blaasontsteking." Ze beaamt dat dat probleem ook voor veel vrouwen herkenbaar is, te weinig drinken en als je toch moet, dan maar ophouden. De oplossing: staand plassen.

TEKST Marie-José Dekkers | FOTO'S Erik de Brouwer

*Yesenia de
Winter-Perez Ancasi*

UIXI EUROPE



Het product kan gerust emanciperend worden genoemd: “Mannen hebben buiten de deur veel meer urinoirs en andere mogelijkheden om te plassen. Wij moeten betalen, eerst een kop koffie bestellen of maar hopen dat we ergens bij mensen thuis naar de wc mogen.”

zonder de wc-bril aan te raken. Yesenia ging op zoek naar hét hulpmiddel daarvoor: “Ik kocht allerlei plastuitjes, van siliconen tot kartonnen. Geen eentje was optimaal, te slap, wordt en blijft nat, eenmalig gebruik dus niet echt duurzaam, te lastig met mikken, lastig schoon te maken dus niet echt hygiënisch. Toevallig vond ik UIXI in de Verenigde Staten, en die beviel wel goed, vochtafstotend, in een wasbaar en waterdicht bewaarzakje, makkelijk in gebruik en schoonmaak en je hebt geen toiletpapier nodig.” De UIXI ging voortaan mee op vakantie, op schoolreisje, naar de avondvierdaagse, in de auto en het vliegtuig en tijdens wandelingen. Vrienden en kennissen zagen de plastuit, werden nieuwsgierig en al snel even enthousiast.

EMANCIPEREND

Samen met haar echtgenoot Frank zag ze direct kansen, lacht Yesenia, en hij is al even enthousiast: “Het Mexicaanse product was hier niet te koop, alleen online in de VS. Leuk om samen een bedrijf te starten! Ik nam contact op met UIXI en we verwierven eind 2018 de exclusieve rechten voor verkoop in Europa. Uit de reacties bleek wel dat UIXI vrijheid biedt en dat het plasprobleem veel groter is dan we dachten. Staand en ontspannen kunnen plassen is beter voor je blaas en urinewegen, leerden we, en voldoende drinken en plassen voorkomen nierstenen en andere problemen. Dat heeft dus invloed op ziekteverzuim.” Ze worden nog steeds verrast door de verhalen: “Juist daarom geven dit product en het bedrijf zoveel voldoening. Bijvoorbeeld voor vrouwen die pleinvrees hadden omdat ze zo vaak moeten plassen, en nu weer naar buiten durven. Of een vrouwelijke militair op missie in Mali, die echt niet zomaar bij mensen thuis of in het openbaar ergens kon hurken, half ontkleed. Ballerina’s die tijdens een voorstelling toch snel kunnen plassen zonder uit hun kostuum te hoeven.”

Het product kan gerust emanciperend worden genoemd: “Mannen hebben buiten de deur veel meer urinoirs en andere mogelijkheden om te plassen. Wij moeten betalen, eerst een kop koffie bestellen of maar hopen dat we ergens bij mensen thuis naar de wc mogen. Met UIXI kun je gewoon gebruik maken van een straaturinoir want je raakt niets aan. Ik heb dat zelf uitgeprobeerd op een festival met een paar

vriendinnen. Heel discreet.” De reacties? Frank: “Mannen vinden het meteen leuk, vrouwen moeten even wennen aan het idee. Maar staand plassen, misschien wel het laatste mannenbastion, is een kwestie van bewustwording. Mannen hoeven geen druppel minder te drinken omdat ze nergens kunnen plassen, vrouwen wel. Maar mannen (her) kennen wel het vrouwelijke ‘gezeur’ van ‘ik moet plassen.’”

GEEN TABOE

Sinds de start van het Europees importeurschap gaat het hard met UIXI Europe, blikt Yesenia terug: “We kwamen al snel terecht in de Wandelwereld, waar UIXI een uitkomst voor is. De Nederlandse Wandelbond KWBN gaat al met ons in zee. En het klinkt raar, maar door corona is het taboe op staand plassen verdwenen. Mannelijk management staat daar niet eens bij stil. Vrouwelijke vrachtwagen- en taxichauffeurs, pakketbezorgers en groenwerkers konden nergens meer plassen omdat alle horeca dicht was. In plaats van hannesen met een emmer of tegen de band plassen zoals hun mannelijke collega’s – die dan ook nog ‘voor de grap’ een foto maken – hebben ze nu UIXI.” Die vinden ze op de kleurige website, met heldere voorlichting en icoontjes, in de webshop die sinds eind 2018 in de lucht is, en bij een groeiend aantal wederverkopers, aldus Yesenia: “In het begin waren we druk met opstarten en vooral veel leren en in april 2019 gingen we echt van start. We schreven direct zwarte cijfers en de omzet is nu al het drievoudige van vorig jaar. Het plan voor dit jaar is groter groeien en aan de naamsbekendheid werken. We leveren nu aan ruim vijftig winkels in Nederland en België en gaan dagelijks met tientallen bestellingen naar het postkantoor. We zijn nu ook bezig in Spanje, Duitsland en Frankrijk. Afgelopen jaar hebben we al in veertien landen geleverd in Europa, maar ook daarbuiten, zoals in Canada. We kunnen nog volop uitbreiden maar willen eerst in Europa overal voet aan de grond hebben. We importeren nu nog uit Midden-Amerika. Intussen dromen we verder, van bijvoorbeeld hier in licentie produceren, met hulp van sociale werkplaatsen voor het inpakken en de handling.

Onze doelgroep is actieve vrouwen, en alleen al in Nederland zijn dat er enkele miljoenen. De klanten van het eerste uur zijn de beste ambassadeurs; ze vertellen het verder of kopen er eentje voor een vriendin. Ze komen steeds terug, en onze retentie-ratio is dus hoog; da’s zo mooi om te zien. We maken nog niet eens veel reclame, bijna alles gaat mond-tot-mond of via social media, waar we een grote community met fans hebben voor wie de UIXI een must in de handtas is. Klachten krijgen we nooit, hooguit wat vragen. Dat is de kracht van ons product.” ■



“Het plan voor dit jaar is groter groeien en aan de naamsbekendheid werken.”