



Monique Zeegers

Monique Zeegers, directeur
modebedrijf ZETEX Body Favourites:

‘Dichtbij de klanten en onderscheidend zijn’

Met de merken Pastunette en Rebelle voor nachtkleding, lingerie en loungewear timmert Zetex Body Favourites uit Haelen in de modebranche internationaal aan de weg. Monique Zeegers staat nu zeven jaar aan het roer van het familiebedrijf. Als ondernemer en werkgever zoekt Zeegers voortdurend de verbinding met haar klanten en medewerkers. Ja, ze vindt zichzelf ook eigenwijs en confronterend, maar kan niet zonder de inspiratie van een team.

Hoe bent u tot het ondernemerschap gekomen? Waar begon het?

“Dat is geleidelijk gegaan. Het was geen van tevoren uitgestippeld pad dat ik het bedrijf van mijn vader zou overnemen. Mijn eerste baan, rond mijn twintigste, was een administratieve functie bij een installatiebedrijf. Maar die gaf ik al snel op toen ik de kans kreeg om ervaring op te doen bij een grote klant van Zetex Body Favourites. Zo leerde ik de in- en verkoopkant van de modebranche kennen. Op mijn 23ste startte ik onder eigen naam een lingerielijn. Dat liep meteen heel goed. Agenten die voor Zetex Body Favourites werkten zagen mij zelfs als concurrent. Vervolgens heb ik op verzoek van mijn vader met de collecties van Zetex in Brabant en Zeeland een eigen rayon opgebouwd. Met stijgende omzet. Ik was in die tijd in Nederland één van de eerste vrouwelijke vertegenwoordigers in deze branche. Veel reizen en gesleep met collecties, met een lading badjassen door steden heen, dat maakt het beroep zwaar, vooral als je nog een

gezin hebt en zwanger bent. Ik heb veel krachtige ondernemersvrouwen zien afhaken, omdat het fysiek een behoorlijk veeleisend beroep is. Uiteindelijk beheerde ik de grote accounts van Zetex Body Favourites.”

Waarin schuilt uw kracht als ondernemer?

“Ik sta volledige achter mijn product. Contacten met klanten geven me een kick. In deze branche moet je ieder seizoen vernieuwen en onderscheidend zijn. Door veel op beurzen aanwezig te zijn en goed te luisteren, proef ik wat de markt wil. Daar anticipeer ik op. Door bewust de verbinding op te zoeken met klanten die mijn producten verkopen, zowel speciaalzaken als warenhuizen, kunnen zij ook een goed resultaat scoren. Met de verkoopanalyses van mijn klanten, buitenlandse reizen en bezoek aan de internationale beurzen kan ik mijn styling aansturen. En ik leer nog steeds van kritische reacties als die met argumenten onderbouwd zijn. Als familiebedrijf zijn wij in deze branche een buitenbeentje. Door alert te zijn, door goed na te denken over



Monique en vader Fun Zeegers

“Door mijn neiging op alle fronten perfect te willen zijn, kan ik ongeduldig zijn”

uitgaven en investeringen kunnen wij in deze economisch moeilijke tijd overleven.”

Hoe belangrijk voor Zetex is export?

“Export is voor ons een wezenlijke motor. We exporteren naar bijna alle Europese landen en enkele in het Midden-Oosten. Binnenkort starten we ook met online verkoop. Mijn doel is marktleider te worden op het gebied van homewear en nachtkleding. Als mijn collecties niet goed zouden verkopen, haal ik ze het liefst uit de markt en laat ik nieuw modellen ontwikkelen. Verder zijn onze merken wettelijk beschermd. Voor dat merkenrecht betaal ik ook een fors bedrag. Maar die bescherming voorkomt niet dat er soms toch op een beurs Chinese kopieën van mijn kleding opduiken. De wereld van confectie en mode is een moeilijke en niet altijd transparante branche. Grootwinkelbedrijven proberen elk procent marge bij je weg te halen. Maar zelf stoppen

Monique Zeegers (Roermond, 1964) komt uit een ondernemersgezin. Vader Fun Zeegers was in 1958 oprichter van Zetex in Haalen, dat gestaag van agentschappen voor bekende lintermerken is omgebouwd naar een modebedrijf met de collecties van de merken Pastunette (voor de rijpere vrouw) en Rebelle (voor de jongere vrouw), ontworpen door eigen stylistes. Zetex heeft 33 medewerkers (inclusief agenten) in dienst. Monique Zeegers is sinds 2006 directeur/grootaandeelhouder van Zetex Body Favourites. Ze heeft twee kinderen (20 en 18 jaar) en woont samen. Haar hobby's zijn golfen, skiën, wandelen en in de natuur zijn.

ze veel van hun winst in overhead en vergeten zich soms klantvriendelijk op te stellen. Bij ons staat service hoog in het vaandel.”

Wat is uw stijl van leidinggeven?

“Ik ben van de werkvloer en niet het type werkgever die in het torentje zit en waar alle medewerkers voor moeten rennen. Ik wil een teamleider zijn die medewerkers stimuleert om met ideeën te komen. Hoe gaan we iets aanpakken? Een ontwerp voor een leuke ondergoedlijn voor dames bijvoorbeeld, of een bepaalde aanpak voor een beurs. We zijn nu sinds kort actief op de Scandinavische markt. Dat begint goed te lopen dankzij een goede importeur die ik in Noorwegen gevonden heb. We willen in Scandinavië nog meer importeurs en daarvoor moet je naar internationale beurzen. Dat is een gezamenlijk doel van mij en mijn medewerkers. Hun inspiratie en instemming heb ik nodig. Je kunt niet aldoor alleen de kar trekken en voor de troepen uit lopen.”

Alleen beslissen maakt eenzaam, wordt wel gezegd. Ervaart u dat ook zo?

“Ik hou van tegengas, graag zelfs, want ik kan ook dominant zijn in het varen van een eigen koers. Dat hoor ik dan soms ook terug: ‘Ze drijft toch haar zin door.’ Door mijn neiging op alle fronten perfect te willen zijn, kan ik ongeduldig zijn. Ik streef steeds naar verbeterpunten. Daarom is voor mij teamwork ook zo belangrijk. Tegelijk probeer ik medewerkers te behoeden voor negatieve stress, want in dit werk moeten processen regelmatig heel snel en nauwkeurig verlopen. Als ik zie dat medewerkers te veel hooi op hun vork hebben genomen, geef ik ze verlof om bij te tanken. Gezonde medewerkers zijn de pijlers onder je bedrijf. Ze moeten ook kansen krijgen om hun talenten te ontwikkelen. Die ruimte geef ik. Een administratief medewerkster die ook een kei blijkt te

zijn in verkoop en klanten aanvoelt, mag mee op beurzen om te verkopen.”

De branche oogst veel kritiek met het produceren van kleding in Aziatische landen vanwege de zeer lage lonen, kinderarbeid, onveilige werkomstandigheden. In Bangladesh kwamen 1129 mensen om toen een kledingfabriek instortte. Veel Nederlandse modemerken zitten in dat land. Welk beleid voert Zetex?

“Wij laten niets in Bangladesh produceren, omdat we niet kunnen garanderen dat er geen kinderarbeid voorkomt en de werkomstandigheden gezond en veilig zijn. Zetex Body Favourites produceert in Turkije, India en China. Ieder land heeft zijn specialisme in stoffen en materialen. Onze fabrikanten in deze landen worden in opdracht van ons door lokale agenten gecontroleerd. Wij gaan er zelf ook regelmatig naar toe. Behalve naar de productcontrole kijken we naar de werkomstandigheden en bezoeken nieuwe fabrikanten. Zetex Body Favourites was dankzij mijn vader de eerste in India die ervoor zorgde dat chemische verfstoffen bij de productie van onze goederen niet langer in het drinkwater terecht kwamen. Dan betaal je wel iets meer, maar om die reden produceren wij ook niet meer voor goedkope private label-merken, maar onder de eigen merken Pastunette en Rebelle. Door biologisch en sociaal verantwoord te produceren zijn we onderscheidend. Dat willen we nog beter communiceren.”

Het Limburgse bedrijfsleven komt vrouwelijke leidinggevendenden tekort. Wat raadt u talentvolle, ambitieuze vrouwen aan?

“Om minder bescheiden te zijn in wat je kunt, want dat zie ik ook nog bij mezelf terug. Daardoor onderschatten mensen je. Mocht je ooit de kans te krijgen om voor een familiebedrijf te werken dan zou ik zeker goed over deze keuze nadenken. Je wordt er meer als persoon gezien en krijgt profiel. Bij een groot bedrijf, is mijn indruk, is de neiging groter mee te gaan in patronen van anderen. Maar ook buiten familiebedrijven zijn er natuurlijk goede kansen om je zakelijk te ontplooiën. Hoe ik werk en privéleven combineer? Doordat ik van 65 werkuren per week naar 40 à 50 uur ben teruggegaan. Ik houd nu meer tijd over voor mijn gezin.”

