

'Als ondernemer ben ik ontzettend nuchter'

In barre tijden van crisis mogen we ons als land gelukkig prijzen met rasechte ondernemers die tegen alle prognoses en verwachtingen in, de rug rechthouden, omzetten verdubbelen en gewoonweg winst maken. Een klinkend voorbeeld van krachtig en ijzersterk ondernemerschap is Achterhoeker Albert Westerman, oprichter van het in Lichtenvoorde gevestigde herenmodemerk State of Art. Een exclusief portret.

In het imposante fabrieksgebouw aan de Westermanstraat 1 in Lichtenvoorde hangt een levengrote auto boven de receptie. Volgens de receptioniste wordt haar meerdere malen per dag gevraagd of het voertuig wel goed is bevestigd aan de muur boven haar. Ze is eraan gewend. Net zoals iedereen binnen State of Art gewend is aan de combinatie van kleding en automobie-

len. Porsches in dit geval. Al sinds de oprichting van het succesvolle modemerk weet Albert Westerman zijn passie voor Porsches en voor het ondernemen op een briljante en zeer succesvolle manier te verenigen.

Doos langs de A12

Albert Westerman (69) – lekker nonchalant gekleed in spijkerbroek en polo – schudt me de hand, neemt me mee door zijn compleet gerenoveerde bedrijf en vertelt: “We hebben dit pand, de plek waar mijn vader in 1936 is begonnen, in fases gemoderniseerd. In totaal hebben we er tien jaar over gedaan, in 2011 was alles af. Bijna overal is airco gemaakt, het dak is vernieuwd en bepaalde delen zijn authentiek gelaten. Er is zelfs nog een stuk meer blijven staan uit de begintijd, als eerbetoon aan het levenswerk van mijn vader. Je ziet, alles is eigentijds, inclusief nieuwe vloeren. Een miljoen of acht hebben we geïnvesteerd, hetzelfde bedrag wat we voor nieuwbouw kwijt geweest zouden zijn. Iedereen die hier werkt, voelt zich er prettig. Ik heb mijn leven lang hier gewerkt en ik woonde hier 150 meter bij vandaan. Je begrijpt dus dat ik veel gevoel heb met deze locatie. We doen er onze producten ook recht mee, vind ik. Natuurlijk kun je je zaken ook vanuit een doos langs de A12 of A18 regelen, maar dit pand heeft authenticiteit. Een persoonlijke touch geven de signing en foto's uit die tijd, om de ruimtes mooi mee aan te kleden. In september 2011 hadden we hier de kick-off van de nieuwe collectie. Toen kwam hier 140 man winkelpersoneel uit heel het land. Voorheen was dat altijd in Amsterdam, maar ik was benieuwd of het in Lichtenvoorde of zou bevallen. Sterker nog, het beviel zo goed, dat we Amsterdam hebben gesloten en permanent hier zijn gaan zitten. Amsterdam kostte jaarlijks 240.000 euro aan huur en dit is ons eigendom. Ik was wel gek geweest om dat niet te doen. Je ziet, ik ben heel nuchter als ondernemer. Misschien zit dat in de genen. Hoe dan ook, ik ▲

State of Art: in den beginne

Al in 1936 startte Albert Westerman sr. samen met zijn zus een breiatelier. In het atelier van 200 vierkante meter produceerden zij gebreide babykleding. Albert Westerman jr. kwam na de HBS en de Hogere Textielschool in 1965 in dienst bij Tricotagefabriek Albert Westerman, zoals het bedrijf op dat moment heette. Tien jaar later volgde junior zijn vader op als algemeen directeur. Tot op de dag van vandaag leidt hij het familiebedrijf, dat in de jaren 80 de naam Albert Westerman Groep kreeg. De hoofdactiviteit van de organisatie veranderde. Albert Westerman wist een opkomende markt aan te boren met de productie van onder andere pull-overs. Vanaf 1987 werden deze modellen uitgebracht onder drie eigen merken, State of Art, Collumn en Tender(grass). Toen de onderneming minder zelf ging produceren en meer ging distribueren, werd uiteindelijk gekozen om met het sterkste merk verder te gaan: State of Art. In 1994 opende de eerste State of Art-shop zijn deuren in Almelo. State of Art sloeg aan, zeker toen het bedrijf in 1992 de klassieke autosport is gaan sponsoren. State of Art werd zelfs hoofdsponsor van de laatste klassieke rally, de Mille Miglia.



State of Art: anno nu

Jaarlijks ontwikkelt State of Art zes collecties kleding voor mensen met een actieve lifestyle. De passie voor stijlvolle modern classics-kleding in combinatie met de klassieke autosport, valt al jaren in de smaak en de liefde voor klassiekers zit in de genen van het merk verankerd. Met sportieve, eigentijdse en comfortabele mode blijft State of Art ook de vele komende jaren nog 'a statement of style'. State of Art heeft showrooms in Antwerpen, Londen, Helsinki, Lichtenvoorde, Oslo, Stockholm en Vejle, daarnaast zijn er 33 State of Art-merk winkels – waarvan negen eigendom en 24 franchise. Daarnaast zijn er 50 shop-in-shops en meer dan 1000 officiële dealers. Tevens beschikt State of Art over een indrukwekkende e-store.



maak redelijk korte metten met beslissingen. Als het me niet aanstaat, dan houdt het op. Zo hebben we met Pasen de relatie met een grote klant met 52 winkels beëindigd. Zonder pardon. Wat was er aan de hand? Ze besloten om in het seizoen te gaan stunten met onze kleding en dat was niet de eerste keer. Dus basta. Mensen waarderen dat zo zeer, dat wij de omzet bij de bestaande klanten terugkrijgen. We bluffen niet alleen, we bijten ook als het er op aankomt. Vorig jaar oktober hebben we ook een stunt uitgehaald. Toen 1 oktober de BTW werd verhoogd van 19% naar 21%, hebben wij gezegd: we doen samsam met de winkeliers en pakken ieder een procent.

Daarnaast hebben we een creditnota gestuurd voor wat ze nog aan voorraad in de winkel hadden liggen. Zoiets kost toch 60.000 euro. In de branche heeft niemand dat gedaan, maar iedereen had het er wel mooi over. We zijn echt bezig om voor de lange termijn te kiezen voor de zelfstandige detaillist.”

Flinke reorganisatie

Het interview vindt plaats tussen de kledingrekken en de Porsches die Albert Westerman hier grotendeels heeft ondergebracht. Het kost weinig moeite om de Achterhoeker over zijn liefde te laten vertellen, mede doordat hij werkelijk álles van zijn auto's weet. “Altijd al was ik gek van auto's en dus besloot ik in de jaren 80 te gaan racen. Twintig jaar geleden, in 1992, zijn we begonnen om Zandvoort erbij te betrekken. Vanaf dat moment was de relatie met automarketing een feit. Vervolgens kwamen

er advertenties in de klassiekerbladen en toen heb ik La Carrera gereden in Mexico, wat me een hoop contacten opleverde. Vervolgens heb ik de Mille Miglia gereden. Acht jaar geleden hebben we besloten om dat commercieel stevig aan te pakken door prominente rijders uit te nodigen. Denk dan aan Arie Luyendijk, Gijs van Lennep, Jan Lammers, Allard Kalff, Maurits en Bernard van Oranje, Jan Peter Balkenende en Jan Kees de Jager. Dat gaf niet alleen heel veel plezier, maar het bracht het merk ook status. Een logische stap was de oprichting van State of Art Racing, wat een heel succesvolle kledingcollectie is geworden. Daarnaast doen we veel samen met Pon Porsche, maar ook met Porsche in Zuffenhausen. Het zou geweldig zijn als we een licentie van ze krijgen om kleding te gaan maken.” Toch is het niet alleen maar voor de wind gegaan. Albert Westerman kent beslist ook de negatieve kanten van het ondernemerschap. Hij vervolgt: “We hebben een nogal rumoerige tijd achter de rug met een mislukte poging om de leiding van het bedrijf over te dragen, dat was op 1 januari 2009. Na onenigheid over de te voeren strategie, nam ik de leiding in 2011 weer over en heeft er een flinke reorganisatie plaatsgevonden.” Vanzelfsprekend praat Westerman hier niet graag over, maar het is wel een bladzijde uit het boek dat State of Art heet. Westerman: “Het heeft geen zin om er heel diep op in te gaan, maar feit is dat er veel is gebeurd in een korte tijd. Het omzetverlies van ongeveer 15 procent in 2012 hebben we overigens in 2013 gestabiliseerd. Het huidige omzetniveau is 37 miljoen,



State of Art: link met Porsche

State of Art is onlosmakelijk verbonden met de autosport. Het begon allemaal met Albert Westerman jr. die op dertienjarige leeftijd verliefd werd op de Porsche 1500 S Cabrio. Dat gevoel is nooit meer voorbijgegaan. Op latere leeftijd ging Westerman zelf racen met de 356's en 911's, onder meer op de circuits van Zandvoort en Spa-Francorchamps. Uiteindelijk heeft zijn passie geleid tot de State of Art Classic Porsche Collection, met meer dan 40 klassieke Porsches, waaronder drie zeldzame 550 Spyders en een nog uniekere 718 RSK Spyder. Deze staan tentoongesteld in een mooie ambiance in het State of Art-hoofdkantoor in Lichtenvoorde en worden ook voor marketingdoeleinden ingezet ter ondersteuning van de kledingcollecties. Met een aantal Porsches uit de State of Art-collectie wordt tot op de dag van vandaag nog veel en hard gereden in diverse rally's over de hele wereld.



maar we zaten op 41 miljoen in 2011. Let wel, in 2012 hebben we na de reorganisatie in totaal 4,1 miljoen minder kosten gemaakt. Dat is gigantisch en daardoor hebben we 2012 positief afgesloten en 2013 ziet er ook erg goed uit. En dat in deze crisistijd, zie je. Ik heb flink moeten huishouden en daarvoor heb ik in 2012 alles afgebeld, ik ben alleen non-stop hier op de zaak geweest. Plat gezegd is het zaakje weer onder controle; de bemanning is op peil en iedereen zit goed in zijn vel.” ■