



In gesprek met William Van de Velde

Op 14 januari overleed William Van de Velde van het gelijknamige linteriebedrijf. Hij werd in augustus vorig jaar 100, net zoals Etion dit jaar. We hadden vorige zomer nog een gesprek met hem. Als eeuwelingen onder elkaar.

TEKST: HANS DOBBELAERE | FOTO: GF

In zijn jubileumjaar legt Etion de nadruk op verschillmakers: mensen die perspectieven verruimen, bruggen bouwen, samenwerking stimuleren en constructief, oplossingsgericht en hoopvol te werk gaan. Daarnaast zetten alle medewerkers hun schouders onder 100 kleine en grote

acties die een verschil maken, die een grote of kleine impact hebben... of die we gewoon belangrijk vinden... voor onze maatschappij, onze leden, onze werking, ons team. Het was in dat kader dat we de honderdjarige William Van De Velde spraken. De drijvende kracht achter de uitbouw van linteriebedrijf Van de Velde dat inmiddels een internationale reputatie heeft opgebouwd. Hoe keek hij naar het ondernemen van toen en nu? En welke rol speelde Etion daarbij?

Familiebedrijf

Wie kent niet het beursgenoteerde bedrijf Van de Velde dat luxe linterie en figuur corrigerend ondergoed voor vrouwen ontwerpt, produceert en verhandelt onder de merken Marie Jo, PrimaDonna en Andrés Sardá? In 1919 richtten de ouders van William — Achiel en Margaretha Van de Velde — het familiebedrijf op in Schellebelle. Ze begonnen als een klein atelier gespecialiseerd in korsetten, een populair kledingstuk in die tijd. Toen

William de fakkel overnam, voegde hij beha's toe aan het assortiment.

Etion

William ontvangt ons hartelijk bij hem thuis in Schelle-

“Op twee verschillende sites werken, is om problemen vragen.

belle. Hij vertelt honderduit over zijn ondernemerschap en zijn connectie met Etion.



William is jurist van opleiding, met veel interesse voor filosofie en economie. Hij volgde zijn vader op als bedrijfsleider. Het eerste contact met Etion kwam er dankzij zijn schoonvader Jos Van der Wee, een door de wol geverfde ondernemer en oprichter van onder meer de nv Schoenfabrieken Primus Van der Wee in Lier.

Als voorzitter van de kring Dendermonde herinnert William zich vooral een stressvol televisieoptreden. Zonder voorbereiding en kans om te *rewinden* mocht hij het belang aantonen van een goede verhouding werkgever – werknemer – vakorganisatie.

Op de vraag of er iets wezenlijks veranderd is in Etion's missie of aanpak antwoordt William: "Destijds, toen Etion nog de naam VKW droeg, was het al een organisatie die stond voor ethisch handelen, kennis en ervaring delen. Waarbij aandacht voor de mensen in het bedrijf centraal stond. Ik merk dat dit vandaag nog steeds het geval is en daar hoeft je niets aan te veranderen."

Expansie en transformatie

Net zoals William het bedrijf van zijn vader had overgenomen, werd het tijd voor de zonen Herman en Karel om hun plaats in te nemen in de organisatie en mee te werken aan de expansie ervan. Karel werd verantwoordelijk voor het design, terwijl Herman de productie leidde en vorm gaf aan het personeelsbeleid. Op deze manier slaagden ze erin de focus van het bedrijf te verleggen van een functioneel product naar een modeproduct. Al snel bleek dit een goede strategische beslissing te zijn die het

merk zou positioneren als een premium lingerieproducent.

William bleef tot in de jaren 80 aan het roer van het familiebedrijf staan, maar ook daarna bleef hij nauw betrokken. Op de vraag waarom er in al die tijd nooit is ingezet op lingerie voor heren, ant-

de oprichting van een distributiecentrum. Uitbreiden op de bestaande site was niet mogelijk en dus moest er terrein gevonden worden in de buurt. William was principieel tegen het idee om op twee verschillende locaties te werken: "Op twee verschillende sites werken, is om problemen vragen." Toch kreeg de groei van het bedrijf een boost met de beursgang en de bouw van een distributiecentrum.

Eeuweling

Met veel zin voor humor omschrijft William het gevoel een eeuweling te zijn. Hij grapt over de leeftijd van de presidenten van de VS en maakt de vergelijking met levensmiddelen, zoals yoghurt en kaas die bewaard worden in de ijskast en waar een houdbaarheidsdatum op staat. "Met mij gaat het net zo", zegt William: "Er staat een vervaldatum op mijn rug. Niemand ziet hem of slaat er acht op, maar ik voel het wel. Maar ook niet meer dan dat. Ik ben zoals de kaas die rijper en beter wordt met de jaren."

Voor we afscheid nemen van deze zeer aimabele ondernemer, werpen we nog een blik op zijn habitat. William leeft tussen zijn boeken en de kunstwerken die hem als goede vrienden omringen. Als afsluiter vragen we William welke boeken hij het liefst leest: "Romans zijn niet aan mij besteed, want dat is tijdverlies. Bij voorkeur lees ik geschiedenisboeken. Daar steek je nog wat van op. ■"

Helaas heeft William de publicatie van dit artikel niet meer mogen meemaken, maar zijn familie gaf toestemming voor de publicatie ervan.

“Destijds, toen Etion nog de naam VKW droeg, was het al een organisatie waarin aandacht voor de mensen in het bedrijf centraal stond.

woordt hij kortweg "dat daar geen geld mee te verdienen viel". Hij erkent wel dat de marktvaart intussen is gewijzigd en dat de vraag om lingerie voor heren te ontwerpen, te produceren en in de markt te zetten, vandaag wel op tafel ligt bij Van de Velde. Om het groeiverhaal te bestendigen, vond het management in 1997 het belangrijk om de internationale expansie op de rails te zetten. William was toen 75 jaar. Hij vertelt ons over de heroïsche discussie die hij met zijn zonen had over