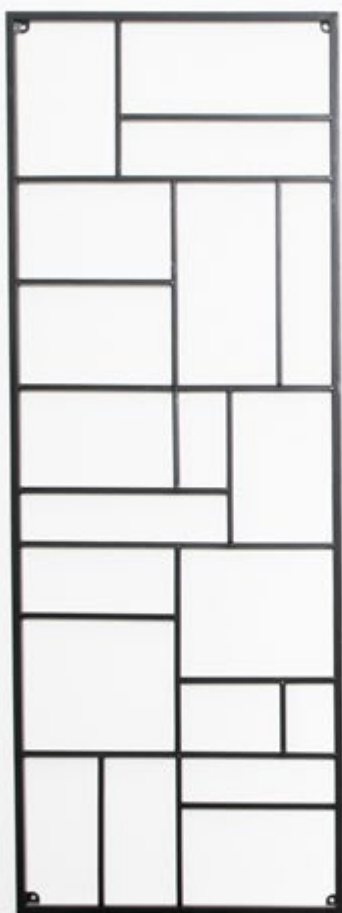


# #FUCKFASTFASHION



## HET SUCCESVERHAAL VAN UNITED WARDROBE

# ‘Een microkrediet baande de weg naar miljoenen euro’s’

**Het is de droom van iedere startende ondernemer. Drie Wageningse studenten lukte het: de verkoopcijfers gingen door het dak. Vorig jaar kocht de Litouwse multinational Vinted hun bedrijf United Wardrobe, een marktplaats voor tweedehands kleding. ‘Over een aantal jaar is er minder nieuwe kleding nodig; daar hebben wij aan bijgedragen. Hoe vet is dat?’**

TEKST RENÉ DIDDE FOTOGRAFIE JUDITH JOCKEL

**H**et was al in de eerste maanden van hun studie Bedrijfs- en consumentenwetenschappen in Wageningen dat Sjuul Berden en Thijs Verheul ontdekten dat ze nooit wetenschappers zouden worden. Ze wilden ondernemen. ‘Wij waren gefascineerd door toen opkomende bedrijven als Facebook en Twitter. Hoe die er in razend korte tijd in slaagden miljoenen mensen samen te brengen via websites en apps en zo community’s opbouwden’, herinnert Sjuul Berden zich. Ook Thijs Verheul was gegrepen door snel groeiende bedrijven, die een gat in de markt wisten aan te boren. ‘Als die duurzame of circulaire producten aan-

bieden, moeten ze goedkoper en beter zijn dan de gangbare producten. Dan kan het echt groot worden. We keken daarom ook met bewondering naar Airbnb, dat een razendsnelle groeier werd met een goedkoop alternatief voor hotels.’ De ontluikende ondernemingsdrang geïnspireerd op Amerikaanse successen sudderde een tijdje door, tot er in 2013 iets ‘kleins’ gebeurde. Het viel Berden op dat zijn zusjes op vrijdagavond voor het uitgaan vaak kleren uitwisselden. ‘Ze pasten die en deelden ervaringen. Elke vrouw wil nu eenmaal veel en vaak een nieuw kledingstuk’, zegt hij. Berden bedacht het idee van een ‘online

fashion community’ rond tweedehands kleding, onder de naam United Wardrobe.

### FUCK FAST FASHION

‘Ik had eerst geen vertrouwen in het idee van Sjuul voor een virtuele marktplaats voor tweedehandskleding’, bekent Verheul, die uit een ondernemersfamilie komt – ‘op de middelbare school kocht ik scooters, knapte ze op en verkocht ze.’ Maar hij zag snel de potentie om met iets alledaags als kleding een transitie op gang te brengen. ‘Vijftig procent van de verkochte kleding zou tweedehands moeten zijn. Je had toen ook net de mogelijkheid om concertkaartjes te verkopen via TicketSwap. >

## ‘Na de verkoop heb ik menig traantje weggepinkt’

Dit was in feite een soortgelijk idee.’

United Wardrobe stond voor het tegengaan van de snelle omloop van kleding, vanwege de milieu-impact daarvan, en tooide zich met de slogan Fuck Fast Fashion; de leuke hangt nog steeds op het voormalige hoofdkantoor in Utrecht. Berden werd de hippie met het idee genoemd, Verheul was de hustler of regelaar en Thijs Slijkhuis sloot in een later stadium aan als de hacker die zich op de technologie stortte. In korte tijd bouwde het trio vanaf 2014 een website à la Marktplaats waar aanbieders en vragers van kleding elkaar konden ontmoeten. Een veilige en visueel aantrekkelijke omgeving met goede foto’s waardoor schoenen, T-shirts, jurkjes snel van eigenaar verwisselden. ‘De norm van United Wardrobe was om goede foto’s te leveren. Onze algoritmes bepaalden welke foto’s mooi waren en bovenaan kwamen te staan’, zegt Verheul. ‘Aanvankelijk waren het slechts enkele slimme chicks uit onze doelgroep van 18 tot 26-jarige vrouwen die meededen’, aldus Berden. Mannen behoren minder tot de doelgroep. ‘Die kopen minder kleding. Ze dragen een broek, shirt of schoenen veel langer en niet zelden tot versletenheid.’

### INFLUENCERS EN VLOGGERS

Na hun bachelor namen ze een tussenjaar. Ze perfectioneerden het betalingssysteem en vergemakkelijkten het maken van advertenties, waardoor gebruiksters met een druk op de knop een foto van hun Nikes konden uploaden. Binnen een jaar noteerde United Wardrobe dertigduizend gebruikers die de app downloadden en de website bezochten. Pas echt groot werd het toen ze bedachten om influencers en vloggers bij hun initiatief te betrekken. ‘Die wisselen veel van kleren. Ze vertellen hun abonnees elke dag over hun wederwaardigheden en geven hun mening’, zegt Berden. ‘Veel mensen wilden natuurlijk graag een kledingstuk van idolen als Enzo Knol of Monica Geuze. Knol heeft een YouTube-kanaal met twee miljoen abonnees. Geuze heeft een kanaal waarop ze 500 duizend abonnees via filmpjes vertelt over haar

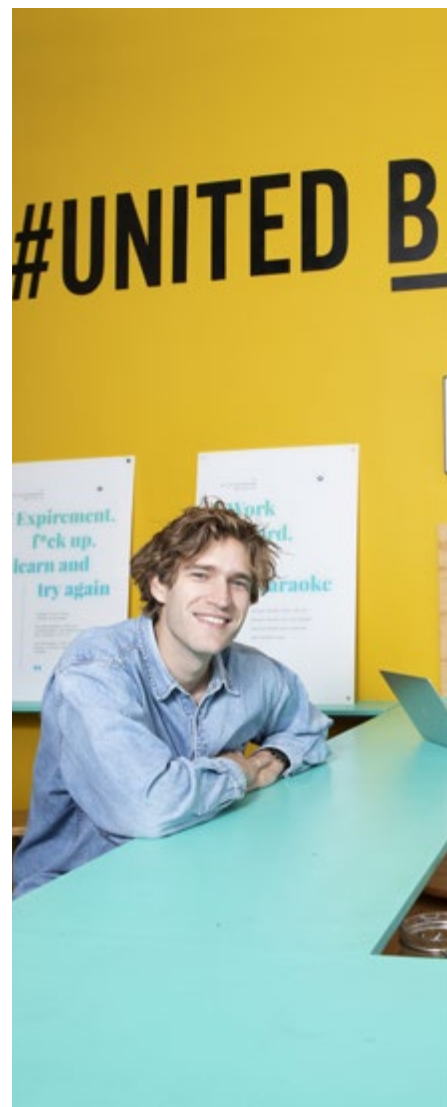
dagelijks leven. Toen ging de verkoop echt door het dak. We kwamen op meer dan 100 duizend verkochte producten per maand.’ Berden en Verheul keerden niet meer terug in de collegebanken; Slijkhuis voltooide wel zijn master. Het trio boerde goed met inkomsten van tien procent van de verkoopprijs van de verkoper en 1,99 euro aan transactiekosten van de koper. De verkoper zorgt zelf voor de verzending. Bij een gemiddelde verkoopprijs van 20 euro en 100 duizend verkochte producten per maand, ging het om 400 duizend euro per maand. Last van malversaties hadden ze niet. ‘Viel het product tegen, dan mocht de koper binnen drie dagen de boel retour sturen’, zegt Berden. ‘Zowel de verkoper als de koper heeft belang bij goede spullen; het systeem borgt zichzelf’, aldus Verheul.

### OVERNAME DOOR VINTED

Eind 2020 werd het succesnummer United Wardrobe gekocht door het Litouwse bedrijf Vinted, de grootste marktplaats voor tweedehands kleding van Europa, met vrijwel dezelfde doelstellingen: geld verdienen, en hergebruik stimuleren. Berden en Slijkhuis gingen mee naar Vinted. ‘Een marktplaats moet een magneet zijn die veel mensen aantrekt. Toen Vinted actief werd in Nederland, kwamen we erachter dat twee magneten elkaar in de weg zitten’, verklaart Berden de overname. Thijs Verheul stapte eruit. ‘Ik kan slecht tegen autoriteit, wil mijn eigen dingen blijven doen, eigen baas blijven. Sjuul en Thijs willen er het maximale uit halen en meer leren over het reilen en zeilen van een snelgroeiend techbedrijf.’

*Het gebruik van tweedehands kleding bevorderen is nobel. Hebben jullie uitgesproken standpunten over de vaak omstreden arbeidsomstandigheden en milieuvervuiling van de branche?*

Berden: ‘Gedegen facts & figures over de arbeidsomstandigheden zijn er eigenlijk niet. Je hoort van verschillende bronnen verschillende geluiden. De situatie in fabrieken en ateliers in Bangladesh zou verbeteren.



### SJUUL BERDEN (29)

Mede-oprichter van United Wardrobe, nu product director tweedehands kleding bij Vinted.  
**Opleiding:** WUR-bachelor bedrijfs- en consumentenwetenschappen 2014.



## THIJS VERHEUL (29)

Mede-oprichter van United Wardrobe, nu zelfstandig ondernemer en auteur van het boek *Voor hoeveel heb je het verkocht?*

**Opleiding:** WUR-bachelor bedrijfs- en consumentenwetenschappen 2014.

Anderen delen dat beeld niet.'

Verheul: 'We hebben vorig jaar wel rapporten gemaakt met globale milieuberekeningen over kledinggebruik, inclusief de bezorging. Tweedehandskleding is dan vanwege productie en transport natuurlijk beter. United Wardrobe scoorde het best en al helemaal als de koper de spullen zelf afhaalt op pakketpunten.'

Berden: 'Het is voor ons lastig om wat te doen aan de milieu-impact van bijvoorbeeld watergebruik en bestrijdingsmiddelen in de katoenteelt. Ik vind dat een taak van de overheid. De consument, ook de jongeren, willen vooral zo goedkoop mogelijk kleding kopen. Als H&M voor louter duurzaam zou kiezen, zouden ze duurder worden.

Het gevolg is dat nog meer mensen naar de Primark gaan. De overheid kan dat reguleren met bijvoorbeeld importtarieven.'

Verheul: 'Terwijl er altijd oude kleding beschikbaar is! Ik denk dat dit op termijn leidt tot een minder hoge productie van nieuwe kleding en tot minder verspilling en vervuiling. Hoe vet is dat, dat wij daaraan hebben bijgedragen!'

### *Door het succesvolle idee bleef jullie studie bij een bachelor. Wat hebben jullie opgestoken in Wageningen?*

Berden: 'Al heb ik niets met wetenschap, Wageningen heeft een geweldige universiteit. De lat ligt hoog in het onderzoek. En al ontbrak destijds nog een atmosfeer van ondernemersgeest of een schil van succesvolle ondernemers waar je op kon terugvallen en die tips gaven, we hebben wel steun gehad van StartLife, de organisatie die vernieuwende start-ups steunt. Wij vroegen om een microkrediet van 5000 euro; ze gaven 7500. 'Ga goed testen', zeiden ze. 'Je hoeft het niet terug te betalen als het niet kan.' Kijk, dan heb je speelruimte en een duwtje in de rug. En we hebben het wel degelijk terugbetaald.'

Verheul: 'Dat microkrediet baande de weg naar de miljoenen euro's die we later ophaalden. Wageningen was belangrijk. Ik gebruik nog steeds studieboeken over

denkfouten in de economie waardoor miljoenen overschrijdende projecten zoals de Noord-Zuidlijn toch worden doorgezet. Of het helse vak 'Decision science' over hoe je je opbrengsten kunt maximaliseren.'

### *Hoe ziet jullie toekomst eruit? Zijn jullie miljonair geworden?*

Berden: 'Ik vind het nog steeds fascinerend om in de kledingindustrie te werken en de fashion-wereld te verbeteren. Ik zit hier goed. Wij werkten met United Wardrobe met veertig mensen in Nederland, vorig jaar waren we met Vinted met vijfhonderd, en dit jaar al met duizend mensen wereldwijd. We zijn in dertien landen actief. De voorspelling is dat tweedehands kleding de komende tien jaar trending blijft en doorgroeit', aldus Berden, die samen met Slijkhuis Canada wil veroveren. Hij wil niet ingaan op de vraag of het trio nu miljonair is geworden. 'Als je onderneemt heb je altijd een kans op succes. Als je niets doet, heb je geen succes. Als je de loterij wil winnen, moet je eerst een lot kopen.'

Verheul: 'Ik schreef het afgelopen jaar een boek met de titel *Voor hoeveel heb je het verkocht?*. Ik mag het antwoord daarop overigens niet geven, want dat is concurrentiegevoelige informatie. Ik geef het boek in eigen beheer uit, want uitgeverij keren slechts luttele procenten aan royalty's uit. Verder investeer ik in start-ups en heb ik belangstelling voor investeren in de blockchain-technologie. Ik denk dat het een methode is om de welvaart in de wereld eerlijker te verdelen.'

### *Missen jullie elkaar?*

Berden: 'Ik zie Thijs nog regelmatig, en we bellen elkaar vaak. Hij is een echte ondernemer die graag alles zelf doet.'

Verheul: 'Ik moet zeggen dat ik menig traantje hebt weggepinkt. We waren gedurende zeven jaar toch een soort familie. Vrijdagmiddag samen bier drinken. Elkaar helpen met bieden op een huis, hypotheek regelen. Dat mis ik wel.' ■