

LUKAS EN LEI WILLEMS

# Beleving als handelsmerk

**H**et jaar nul was 1967. Toen moeder Willems op 10 augustus in het Binnenziekenhuis ging bevallen, was haar vaste gynaecoloog op vakantie. Na het doorknippen van Lukas' navelstreng wilde de verloskundige haar boeltje al gaan pakken. „Nee, nee, er komt er nog één!” „Mevrouw, dat is de placenta.” Maar in plaats van een *lilijke nageboorte* (zoals Theo Maassen het uitdrukt) was het tien minuten later Lei.

Een jaar of vier later verhuisde het gezin van Geldrop naar 't Hool in Woensel, intussen nog verder uitgebreid: „We hebben twee broers die anderhalf jaar met elkaar verschillen.” Lei is de enige niet-ingenieur van het kwartet. Een broer is projectmanager en ontwikkelaar bij Marel, voorheen Stork, in de grote vleesverwerkende machines. De andere heeft na diverse telecombanen nu een eigen bedrijf. Mind-district levert internettherapie aan instellingen en zorgverzekeraars voor bijvoorbeeld verslavingsbehandeling. De ene broer woont in Nuenen, de ander in Amsterdam. Hun technische genen zijn niet vreemd, want pa Willems heeft een carrière achter de rug bij Philips en het NatLab.

Op de lagere school naast de deur waren ze al een opvallende verschijning: „Maar wel in aparte klassen. Alleen de brugklas deden we samen. Geen succes, te rumoerig.” Ook verder gingen ze elk hun weg: Lei naar de hotel-school in Heerlen, Lukas naar de mts en de hts. Desondanks zijn ze natuurlijk ontelbare keren door elkaar gehaald („We konden el-

Voor een eeneiige tweeling zijn ze aardig verschillend. Maar juist daardoor vullen ze elkaar zakelijk prima aan en maken ze naam met hun WOW company, brengen ze het sjieke polo naar Brabantse contreien en broeden ze op spraak- en sfeermakende concepten op onder meer het NRE-terrein.

TEKST: MARIE-JOSÉ DEKKERS  
FOTO'S: PATRICK MEIS

kaar bankpassen ophalen”). Pas als ze hun mond open doen, geeft het verschil hen weg; Lukas' g is ietsje harder geworden dan de nog altijd Eindhovense g van Lei. Qua leven zijn ze al even verschillend. Lei woont in hartje centrum en vindt daar de rust om niet elke drie maanden zijn interieur om te gooien („Scheelt een hoop geld”, broemt Lukas). Hij sport veel, wil best gezien worden op Ibiza en gaat om te niksen en inspiratie op te doen naar Antwerpen en Barcelona. Terwijl Lukas met zijn lieve vriendin rust en een tuin heeft gevonden in de

Achtse Barrier, graag op de fiets stapt en jaarlijks naar de camping in Frankrijk gaat om rustig aan te genieten, naar de zee te turen en erin te badderen. Overeenkomsten zijn er ook: in beide huishoudens vind je geen nepbloemen, wordt er vers gegeten en lekkere wijn gedronken uit een goed glas.

## Lei ging rechtsaf

Na een paar jaar de Briketterie in Helmond beheerde Lei voor Wevex horecalocaties in sportomgevingen. Op 1 september 1994 begon hij voor zichzelf, met marketingacties en kwaliteitsverbetering voor horecabedrijven, „als snotneus van 27 op wie niemand echt zat te wachten”. Daarna – „Ik moest natuurlijk handel hebben” – bedacht hij evenementen („Ook gewoon marketingacties”) voor bevriende cafés en het Stratumseind.

Het ondernemerschap was niet gepland: „Maar ik had wel al eerder en in elke job; als negentig procent linksaf ging, sloeg ik rechtsaf. Ik vond dat het altijd beter kon; niet zo zeer kwalitatief, maar opvallender, mooier. Als je ietsje meer moeite deed, dan kreeg je veel meer resultaat. In de horeca moet alles er gewoon goed uitzien. Draai je iets een kwartslag en valt het daardoor op, dan is je product of evenement sneller in de *picture* dan wanneer je achter iedereen aan loopt.” Het was ook vechten tegen de bierkaai: „Eventbureaus en cateraars deden allemaal hetzelfde. Iets anders, dat was lastig; daar zat niemand op te wachten. Ik heb het dus heel lang in zoverre moeilijk gehad, dat ik opdrachtgevers ervan



'IETS ANDERS DOEN, DAT WAS LASTIG; DAAR ZAT NIEMAND OP TE WACHTEN'



Lukas (links) en Lei Willems op 'hun' NRE-terrein





moest overtuigen dat ik iets anders wilde om betere resultaten te behalen. Maar ik groeide wel elk jaar. Projecteer je dat tien jaar later, dan zijn dat juist je specialiteit en je kracht.”

Intussen verlegde hij ook zijn focus van publieks- naar bedrijfs evenementen: „Veel verenigingen waarin iedereen een mening had en meteen resultaat wilde zien. Veel kleine ondernemers willen vijf euro uitgeven en er tien terugzien. Soms moet je er tien uitgeven om later honderd piek terug te krijgen. Ik had geen zin om me altijd maar te moeten verdedigen. Dan liever één opdrachtgever met eenzelfde budget.”

Hockeyclub Oranje Zwart, aan de vooravond van hun eerste play-offs, zorgde voor succes en de doorbraak, zegt Lei: „Er zat geen enkel eventbureau binnen. Voor wat diensten kreeg ik het lidmaatschap van de businessclub. En zo hebben we in acht jaar zeven play-offs en twee Europacuptoernooien georganiseerd, vooral in samenspraak met Joop Veelenturf, een geweldig een-tweetje. Ik bedacht iets, Joop regelde de knaken. Geen vrijwilligers voor het wedstrijdsecretariaat? Dan deden we dat erbij, zonder veel hockeyverstand; gewoon de scheidsrechter en de regels in het boekje volgen. We dachten buiten de hockeywereld, brachten iets nieuws dat de standaard werd in Nederland in de feestbeleving. Bloemendaal en Amsterdam lachten aanvankelijk om die volkse play-offs, maar deden na twee jaar niets anders.”

#### Lukas linksaf

Intussen woonde en werkte Lukas in Utrecht en Hilversum (KPN) en vanaf 1997 in Amsterdam (UPC): „Projectmanagement, commercieel-technische klussen. In Amsterdam heb ik het hele netwerk verglaasd, 500 km straat laten opentrekken, zodat UPC als eerste wereldwijd commercieel tv, telefonie en internet via de kabel had.” De telecomdip in 2002 zorgde voor ontslag: „Lei had het druk met de Europacup voor Oranje Zwart en ik hielp een handje. Ik had nooit de ambitie om iets voor mezelf te willen, maar in 2003 kwam het runnen van een vakantiepark in Frankrijk op mijn pad. Daar ontdekte ik hoe eenvoudig het is om met simpele ideeën en door je eigen inzet mensen een leuke beleving te bezorgen. Kommen ze chagrijnig binnen na twaalf uur autorijden, dan kun je ze binnen een kwartier aan het lachen krijgen, door een biertje aan te bieden of mee te helpen bij het opzetten van de tent, noem maar iets flauws. En na een week

kun je mensen ook weer lachend of jankend naar huis laten gaan; die macht vond ik héél bijzonder. Bij KPN en UPC zag ik niet wie de eindgebruiker was, wist ik niet of ie gelukkig was met z'n telefoon. Ik dacht van wel, maar de helft van de mensen destijds niet, zag ik in de krant.” Na het jaar Frankrijk bleek Lei het opnieuw druk te hebben met de Europacup van Oranje Zwart. Lukas: „Dus hielp ik weer een handje mee. We spraken af om het een half jaar samen te proberen. Als stagiaire keek ik of het leuk vond.”

## ‘SAMEN ZIJN WIJ BEGONNEN MET HET BENUTTEN VAN LEEGSTAND IN EINDHOVEN’

Hun respectievelijke horeca- en commercieel-technische achtergronden kwamen toen bij elkaar en van pas; ze stapten er samen in. ByLei werd de naam die de markt bepaalde. „Iedereen zei: ‘Je moet bij Lei zijn, die organiseert gewoon goeie dingen.’ Korter en krachtiger kan niet, en als anderen het al roepen... Bovendien gaf ByLei op Google wereldwijd alle hits. En het staat ook voor ‘door, van en met’, voor vernieuwend, prikkelend, beleven, anders dan anders, mooie momenten; de glimlach of emotie op iemands gezicht; dat is ons hoogtepunt.”

En dat is dus precies wat de tweelingbroers bindt; de beleving. Alleen kwam Lukas daar via een omweg achter. „Ik vind het mooi om te kijken hoe we vanuit de organisatie, financiën en strategie met ByLei kunnen waarmaken wat we willen. Lei is meer van de voorkant, het creatieve, maar uiteindelijk willen we hetzelfde. De weg daar naartoe kunnen we samen afleggen, omdat we allebei iets anders leuk vinden. Sinds we samenwerken, heeft het be-grip eeneiige tweeling nog meer lading gekre-

gen omdat je samen ontdekt letterlijk één ei te zijn. In dat ene eitje zijn verschillende talenten ontwikkeld.”

Twee kanten van dezelfde medaille, dus. Die niet vanzelf ging glanzen, maar daarvoor enige wrijving behoeft, geeft Lukas toe. Intussen gaat de taakverdeling automatisch; ze kennen elkaar tenslotte door en door: „De eerste jaren was dat lastig. Lei kwam vanuit een eenmansbedrijf, ik uit een groot bedrijf en was meer structuur gewend. Lei had een visie, een bepaalde werkwijze en dat gaf wel wat strubbelingen. Maar ook door het er met anderen over te hebben, konden we veel sneller ieders kwaliteiten gaan benutten en daardoor groeien. Nu zitten we alleen, niet meer bij elkaar op kantoor. Kunnen we ons eigen ding doen.”

Lei vult naadloos aan: „Je moet elkaar die vrijheid geven om het bedrijf samen naar een hoger doel te krijgen.” Lukas: „Lei had voorheen de controle en zeggenschap over alles. Over een deel van de organisatie moet hij nu zijn mond houden, dat aan mij overlaten. Dat heeft hij ook moeten leren, loslaten, afstand doen. Maar sinds we samenwerken, hebben we kunnen groeien, omdat Lei meer tijd kreeg voor verkoop en creativiteit.” En dat resulteert dus in hun inmiddels befaamde ‘belevingsmomenten’; de noemer die Lukas met broer Tijs op de Col du Tourmalet bedacht.

#### Oh ja

Inmiddels zijn ze als zakelijk duo dus bijna tien jaar samen; Lei zit in 2014 twintig jaar in het hospitalityvak. Samen hebben ze een waslijst van ‘oh ja’-evenementen en horeca-formules op hun naam staan, waar nog over wordt geluld: denk aan FFFes in de Lichttoren (*Flutter with Friends and Flawless sounds*) die nog omgetoverd moest worden in het nieuwe wonen-werken: „Het benutten van leegstand in het Eindhovense hebben wij wel aangezwengeld. Vernieuwende dingen doen, die er nog niet waren, in een rauw pand. Meubels ontwikkelen en ontwerpen die de eventbranche nog niet kende; we maken niets wat we elders kunnen vinden. Het eerste grand café in Nederland zonder tap; flesjes testen voor Bavaria. Wat we zakelijk al deden, vertaalden we naar de consumentenmarkt. Voor een brede doelgroep, want iedereen voelde zich er thuis. Dat werd ons vak, vanuit die showroom. We kwamen er ook onze zakelijke klanten op een andere manier tegen.”

Nog steeds doen ze privéfeesten, luxe evenementen en grote openingen: „Steeds weer een



visitekaartje, om de lat hoog te leggen.” Maar ook vier jaar de catering voor de Graduation Show van de Design Academy, de proeftuin en de styling voor Eindhoven Culinaire. En vorig jaar het ‘te leuke’ KippenKaffee tijdens de DDW, dat dit jaar – „Niet bij Schellens, wel met een knipoog en kwinkslag” – wellicht op herhaling gaat.

Nog zo'n kakelend succes met het duidelijke ByLei-signatuur: kwaliteit en service die niets met luxe te maken hebben. Die signatuur wordt inmiddels wel al gekopieerd? „Flatterend, ja. Uiteindelijk is het een compliment, maar je kunt er weinig tegen doen. Inspireren kan. Wij laten ons eveneens beïnvloeden door architectuur, design en lopen ook bij Oogenlust binnen. Maar als wij iets bedenken dat iemand vervolgens afwimpelt en stiekem zelf uitvoert, dan is dat inpikken en sturen we een rekening voor ontwikkelingskosten. Is twee keer gebeurd; de één is failliet, de ander dood. We noemen geen namen.”

Dan zetten ze liever in op samenwerken: „Onze vaste leveranciers hebben we al jaren. Cateren doen we wel, zelf koken niet.” Is ook niet hun core business: „Dat is dromen realiseren. Zakelijk vertaald is dat iemands verwachting met twintig procent overtreffen. Maken we een klein foutje, dan zijn we nog achttien procent beter. Iedereen wint daarbij, ook de opdrachtgever. Maar daarvoor leggen we de lat wel hoog en stellen we eisen aan onszelf, onze medewerkers en leveranciers. Het duurt soms even voor dat kwartje valt. Elk facetje moet kloppen, voegt een half procentje toe aan die twintig. De gast staat voorop. We schenken geen wijntje in een stenen beker omdat Lidewij toevallig zegt dat dit hip is. En we verrekken het om een ijsblokje in de witte wijn te doen als die te lang op het dienblad staat.” Het stereo-afgrijzen op hun gezichten spreekt boekdelen. En de wet van de remmende voor-sprong? Hebben ze nog nooit van gehoord.

### Plussen

ByLei zat nog volop in de opbouw toen in 2008 de crisis toesloeg. „We hebben er wel last van gehad, maar niet zo zwaar als andere partijen. *The sky is the limit* hadden we nog niet gehad, maar ook niet de diepe dalen. Bovendien hebben we altijd geloofd in meerdere producten naast elkaar.” Kan dat, goed zijn in twee of drie disciplines? „Dat hebben we wel bewezen. En daardoor kun je klappen opvangen.” Ze hadden het dus maar een jaar redelijk moeilijk. „Het soort evenementen waarin het

eerst werd gesneden, was dat van de kerst- en nieuwjaarsrecepties. December en januari raakten minder goed gevuld.” Is geen probleem gebleken: „Vorig jaar hebben we vijftien procent geplust, van de beoogde dertig procent groei dit jaar hebben we nu al 85 procent binnen.”

Een ander doel is zwarte cijfers voor hun tweede toko, Polo Republic: „Lastiger, maar we zijn aardig op weg. De paardensport is wel onderhevig aan de crisis.” Ondanks dat hebben ze met Pinksterpolo de helft omzetgroei gerealiseerd en met het Hurks Polo Championship – dat twee keer zo duur is en waar ze meer verkoopmoeite voor moeten doen – een kwart extra geboekt. „Misschien niet genoeg, maar het laat wel zien dat er toch potentie in zit, en dat in een relatiemarketingmarkt die onder druk staat. Bij een duurder product moeten we mensen nog meer overtuigen dat hun euro een daalder waard is.”

## 'ZELF KOKEN IS NIET ONZE CORE BUSINESS. DAT IS DROMEN REALISEREN'

En ze vragen zich af of je nog wel van crisis moet spreken: „We kunnen er sterker uit komen, hoeven niet opnieuw te beginnen. Wij denken dat dit de nieuwe economie gaat worden. Dus niet 'we hebben minder, we wachten tot het weer beter wordt', maar heel veel kansen aanpakken die voor ons reëel zijn en waar we een boterham mee kunnen verdienen. Maar niet andersom! Dus niet werken om te werken en tegen kostprijs.” Ze zien ook dat dit jaar voor het eerst de combinatie ByLei en polo zakelijk meer gaat opleveren. „Ze zijn een visitekaartje voor elkaar. Een opdrachtgever kijkt nu naar beide en dat is goed voor onze toekomst. Die wisselwerking was ook één van

de redenen om in de polo te stappen.”

### Verdiensten

Want geld verdienen is niet vies; daar financieren ze weer andere activiteiten mee, zoals (nu nog) de polo. Ze hanteren al jaren dezelfde marges, zonder concessies: „Geef je nu tien procent korting, dan kun je nooit meer terug.” Dus is dat een even grote no-no als hun andere principes (geen Moezel schenken en niks plastic). „Alles draait om sfeer, service en kwaliteit. Maar onze drijfveer is ook dat we het hartstikke leuk vinden om voor Eindhoven iets te doen, ook al is het een rare, lastige markt.” Wij, moeilijk? „Omdat er hier zoveel verschillende mensen zijn. Het is eigenlijk een arbeidersstad waar duizenden mensen dagelijks één van de zes uitvalswegen oprijden om elders te gaan werken én veel techneuten rondlopen.”

Toevallig ook veel internationale techneuten. En dáár mikken ze dan weer op met hun nieuwste plan dat de stad mooier en leuker moet maken. „Onze handen jeuken op het NRE-terrein. We hebben samen met Hein van Stiphout een koopbod gedaan op het NRE-pand zelf. Hein is eigenaar van Okko Project, jazzliefhebber en oud-kroegbaas. Hij nam als privépersoon het initiatief, benaderde ons voor dat horecaproject: een jazzclub annex restaurant, een culturele pop- slash clubzaal, ook voor feesten en een groot brouwerijcafé waar live vers bier wordt gebrouwen, met terrassen en een waterplein. Eind dit jaar willen we er al een tijdelijke formule starten als visitekaartje voor het uiteindelijke project. Daarmee willen we waarde toevoegen en vooruit kijken naar het nieuwe, grotere en nog veel internationalere Eindhoven.” En aansluiten op de nieuwe *look & feel* van de gemeente die stoelt op energie en water, zo voegen ze fijntjes toe. Niet voor niets hebben ze al een 'ja' gehad en gaan ze nu mét Hein en de gemeente kwartiermaken voor wat daar een ideale mix van bewoning en bedrijvigheid moet worden.

En als dat klaar is en staat, dan rentenieren? „Nee”, klinkt het in stereo. Ze zien zichzelf over vijftien jaar terugkijken op het enorme NRE-succes, terwijl in ByLei een nieuwe generatie actief is, polo intussen net zo'n begrip is als Indoor Brabant en ze zelf 'gewoon lekker, gezond, niet zo heel ingewikkeld, geen tropen-jaren meer maken'. Ietsje meer genieten dus, want dat doen ze net te weinig. Lei: „Da's ook niet goed voor je hart.” Lukas: „Maar dat is een luxeprobleem.”



MET MEDEWERKING VAN  
WILDENBERG MODE  
KLEINE BERG 53, EINDHOVEN