

Troonopvolger

van een Italiaanse modetempel



Met trillende handjes schonk hij op zijn twaalfde al kopjes koffie in voor de klanten. Als brugpieper vond Sander Lusink (37) het maar wat spannend dat zijn vader Oger een Italiaanse herenmodezaak aan de P.C. Hoofdstraat in Amsterdam begon. Van afwashulpje klom hij op tot stagiair en inmiddels is hij mede-eigenaar en brand director van de iconische herenmode-winkel Oger. Na jarenlang de klok rond te hebben gewerkt, een verbroken verloving en een hartstilstand, gaat het roer om.

TEKST: JOLIE JACOBS | FOTOGRAFIE: CHANTAL ARIËNS

Ogenschijnlijk topfit zie ik hem zijn Vespa op slot zetten voor de donkerrode gevel aan de bekendste winkelstraat van Nederland. Met de zon op zijn gezicht beginnen zijn ogen te twinkelen als hij me aan hoort komen rijden in een diep brullende Alfa 4C. Sander kent me al als een autojournaliste met een voorliefde voor Italiaanse bolides en tja, belofte maakt schuld! Want, Sander Lusink is gek op alles wat met auto's te maken heeft. Zijn grootste passie, van kinds af aan. 'Kun je hem nog eens starten?', vraagt hij. En dan verzucht hij met een grijns van oor tot oor: 'Man, man, man, wat een geweld.' Verwonderd loopt hij om de auto heen. Ontelbare rondjes, alsof hij alle details op de harde schijf in zijn hoofd zet. Aandacht; iets wat de zoon van Oger tot in de puntjes beheerst. Het is de leidraad in zijn leven geworden nadat zijn hart tijdens een bootcamp stopte met kloppen.

lets creëren

'Ik zag pas een nieuw koffietentje aan het Vondelpark, Coffee Concepts, zullen we een cappuccino doen?' Daar vraagt hij belangstellend wat voor koffie ze schenken en bekijkt de schuimlaag eens goed. 'Ik houd me in mijn vak erg bezig met esthetiek, tot het embleempje op onze koffiekopjes en de dikte van de schuimlaag op de

'Italië is de beste combinatie van schoonheid en genieten'

cappuccino aan toe. In essentie ben ik geen modeman, maar een marketingman en mijn eerste liefde is de auto. Als kind schetste ik sportwagens en liet ze door mijn vriendjes inkleuren. Maar voor een carrière als ontwerper moet je goed in wiskunde zijn, dus dat ging 'm niet worden. Op school kwam ik erachter dat ik iets wilde creëren, een gevoel wilde overbrengen. Marketing bleek perfect bij me te passen.' Hoewel hij van kinds af aan in de winkel heeft gestaan, hoefde hij als autofiel niet zo nodig in de zaak van zijn vader te werken. Maar Oger drong aan toen zijn zoon stage moest lopen voor zijn opleiding aan de New School for Information Services. 'Ik mocht de website opzetten, dat was echt marketing in praktijk brengen en zó leuk om te doen. Ik ging elke dag fluitend naar de zaak.'

Ambacht

'Voor iemand die in essentie geen modeman is, zie je er op en top verzorgd uit', constateer ik.

Hij lacht: 'Het gaat om de liefde voor het ambacht. Zie je de plooitjes bij de mouwinzet? Dat laat zien dat dit pak maatwerk is. Veel van onze klanten zijn daarop gebrand. Italianen zijn er dol op, maar ja die kopen dan ook elk onderdeel van hun garderobe bij een andere winkel. Dat doet de Nederlandse man niet en daarom hebben we geprobeerd het beste van het beste uit Italië onder één dak te brengen. Overhemden van Fray uit Bologna, schoenen van Andrea Ventura uit Florence en pakken van Corneliani uit Mantova.



'In essentie ben ik geen modeman'





‘Ik heb mazzel dat ik het heb overleefd’

‘*Un tempio della moda*’, een modetempel, zo noemt het belangrijkste Italiaanse keurmerk Altagamma de 25 jaar oude modezaak aan de P.C. Hoofstraat. Sander draagt dan ook alleen kleding uit eigen winkel, ook thuis als hij op zijn velours bank zit, onder de kroonluchter van Muranoglas. Na een drukke dag is het tijd om op adem te komen en wisselt hij zijn pak in voor een joggingbroek met een polootje. ‘*Piano, piano*’, want Sander heeft zijn lesje wel geleerd.

Hartstilstand

Na zijn hartstilstand, bijna twee jaar geleden, is hij het rustig aan gaan doen. Dagen achtereen reed hij het afgelopen jaar naar Noordwijk aan Zee om zijn hoofd leeg te maken. ‘Gezondheid en zakelijk succes gaan hand in hand. Zes jaar terug was ik nog verloofd. Ik maakte ontzettend lange dagen, at twee bifworstjes als lunch bij een pompstation en proppte zoveel mogelijk afspraken in een dag. Een goede gezondheid

was een gegeven. Net als een stabiele thuisbasis, samen onthaasten en samen boodschappen doen. Toen mijn vriendin rigoureus een punt achter onze relatie zette, was dat echt een aderlating. Als er niemand op je wacht, maak je je werkdagen nog langer. Ik schuilde voor de pijn.’ Hij knijpt zijn lippen even samen. ‘Sindsdien ben ik drie keer opgenomen in het ziekenhuis. De laatste keer was toen ik een hartstilstand kreeg tijdens een bootcamp. Ik ben zeven minuten dood geweest en heb mazzel dat ik het heb overleefd.’

‘35 jaar...Dan moet je het leven nog vieren. Sta je sinds je harstilstand anders in het leven?’ Hij pakt zijn glas op, maar zet hem terug. ‘Soms ben ik de enige aan tafel die champagne bestelt terwijl de rest aan een watertje nipt. Niet omdat ik iets te vieren heb of patserig wil doen, maar gewoon, omdat je na zo’n episode anders gaat denken. Het kán en ik heb er zin in, dus waarom niet?’

Restaurant zonder naam

Ondanks de zware jaren komt hij niet zorgelijk over, maar vriendelijk, energiek, herbezinnend en genietend van het leven. Zo ook als we het Hilton binnenstappen en een voortreffelijke lunch krijgen voorgezet bij Roberto’s. Zelden zag ik iemand zo in totale stilte elke hap absorberen. ‘Je eet heel aandachtig’, zeg ik. Alsof hij me een geheimpje vertelt, buigt hij voorover: ‘Weet je, bij elke zakenreis naar Napels gaan we naar hetzelfde verborgen restaurant.’ Zijn ogen beginnen te glimmen. ‘Als je aankomt zijn de gordijnen dicht en is de deur op slot. Je klopt aan, zegt wie je bent en via wie je bent gekomen. En dan zetten ze je aan een houten tafel met een krant als placemat. Hier werkt de voormalige kok van de paus. Hij gooit nog springende garnaltjes op je bord, die je dus levend eet. Het restaurant heeft niet eens een naam en is het bestbewaarde geheim van een van onze fabrikanten.’ Hij kijkt naar de tomaten

op zijn bord en zegt plots: ‘Heb je trouwens wel eens Vesuviaanse cherrytomaatjes geprobeerd?’ Een shirtleverancier nam me ooit mee de Vesuvius op in zijn Maserati. Dat geluid van die auto, joh! Bovenop die lavagrond staat een huisje met een golfplaten dak, daar staan ze buiten pizza’s te bakken op hazelnoten. Poeh hé, en die tomaten die ze erop doen... Dan ben je verpest voor het leven, je wil nooit meer iets anders. Dat is nou Italië, die ruwe diamantjes.’

Nieuwe rol bij Oger

‘Italië is de beste combinatie van schoonheid en genieten. Of het nou vrouwen, auto’s of kleding betreft.’ Maar veel tijd om ernaartoe te gaan heeft hij niet. Hij is zich nu vooral aan het heroriënteren. Ik lees twijfel in zijn ogen als ik hem vraag of zijn toekomst in de zaak van zijn vader ligt. Hij kiest zijn woorden voorzichtig: ‘Het ligt wel voor de hand dat ik hier blijf, want ik ben inmiddels een soort marketingexpert geworden

en mijn hart ligt bij dit bedrijf.’

‘Ik voel een “maar” ...’

‘Vanaf 1 september verandert mijn rol. Ik ga van marketing director naar brand director, zeg maar een soort conceptbewaker van het merk. Dan moet je denken aan alles tussen de aanname van het verkooppersoneel met ons Oger-DNA, tot aan de pr-uitingen. Sinds we ook bedrijfskleding verzorgen, kloppen er steeds meer grote partijen bij ons aan, het ministerie van defensie bijvoorbeeld. Zoiets moet in goede banen geleid worden, dus ben ik me ook aan het focussen op de new-businesskant. In die rollen zit meer uitdaging voor mij.’ ‘Je zegt: “Mijn hart ligt bij dit bedrijf”, maar doe je wel echt waar je hart ligt? Zou je niet liever in de autobranche werken?’, vraag ik. Betrapt kijkt hij de andere kant op. Aan zijn antwoord is te merken dat eerste liefdes nooit overgaan: ‘Mag ik dan nu eindelijk de sleutels van die Alfa?’, vraagt hij ontwijkend.