

# ELKE SCHOEN ZIJN VERHAAL

TEKST RESI LANKESTER  
BEELD MARIE CÉCILE THUIS

Al in de 18de eeuw stonden ze bekend als meesterschoenmakers. Dat is drie eeuwen later niet anders. De komst van de negende generatie **Van Bommels** gaf het merk een nieuwe impuls. Onder leiding van de broers **Reynier** en **Floris** verdubbelde de omzet van het Brabantse familiebedrijf tot een jaarlijkse dertig miljoen euro. Wat is het geheim van hun succes? En welke rol spelen juristen hierbij?



**E**IGENLIJK HEEFT REYNIER van Bommel, commercieel directeur bij schoenenbedrijf van Bommel, helemaal niet zo'n zin om uitgebreid uit de doeken te doen hoe ontzettend goed het met het bedrijf gaat. "Ik heb een hekel aan managers, van die types bij Nuon of KPN, die vanuit hun prachtige kantoorruimte even wat orders geven, zelf maand na maand meer opstrijken en dan de pers vertellen hoe goed het gaat. Terwijl het ze aan hun reet zal roesten hoe het gaat met het bedrijf, als er maar elke maand meer geld binnenkomt. Ik háát ze."

**Broer Floris**, hoofd ontwerpafdeling, verbaasd: "Jij haat managers?"

**Reynier**: "Dat type wel, ja. Dat zal toch niks nieuws zijn?"

**Floris**: "..."

**Reynier**: "Ik bedoel: wij zijn misschien een grote naam, maar mensen moeten niet verwachten dat we daarmee te koop gaan lopen. We maken en verkopen schoenen en dat is ook maar gewoon werk. Onze kracht ligt niet in een slim verkoop- of reclamepraatje, maar in de schoen zelf. Elke schoen is een goed-doordacht en met liefde gemaakt product en heeft zijn eigen verhaal. Dat kan in het ontwerp zitten, maar ook in de uitvoering of de afwerking. Ga maar eens graven bij de grote modehuizen, op zoek naar eigenheid, naar een verhaal. Negen van de tien keer kom je uit bij een torenhoog, veel te duur, glanzend kantoorpand en bij glamourfoto's van mooie mensen op een strand. Ons verhaal, ons bedrijf en onze geschiedenis zijn echt en dat is al eeuwen zo. Daarom hebben we ook nooit overwogen uit Moergestel weg te gaan. De schoenenfabriek zit hier, al sinds 1911, en dus zijn wij hier ook. Het zou onlogisch zijn als wij naar elders zouden gaan."

**Floris**: "Hoewel het inmiddels wel nodig is om te verhuizen, het huidige pand hangt bijna van plakband aan elkaar. Daarom gaan we binnenkort verbouwen, maar wel op dit terrein."

**Reynier**: "Wat dat betreft is er weinig veranderd sinds onze komst in 1999."

**Floris**: "Het was niet vanzelfsprekend dat wij het bedrijf zouden overnemen. Onze vader Frans stond sinds 1967 aan het roer en was altijd erg terughoudend over het bedrijf. Zijn houding was: zoek zelf maar uit wat je leuk vindt. Pas toen ik na mijn studie in 1998 een beroepskeuzetest ging doen, liet hij doorschemeren dat er ruimte zou zijn voor mij. Ik kreeg de vrijheid om schoenen te gaan ontwerpen en zo alvast richting te geven aan mijn eigen Floris van Bommel-lijn. Ik werd echt in het diepe gegooid."

**Reynier**: "Floris was meteen verantwoordelijk voor het complete marketing-beleid en het team ontwerpers, bij mij ging het langzamer. Ik begon als vertegenwoordiger en groeide door naar salesmanager. Onze vader heeft welbewust het bedrijf lange tijd ver van ons vandaan gehouden, met als resultaat dat we er nu allebei zitten. Misschien was dat zijn strategie wel, dat hebben we hem nooit gevraagd. De samenwerking tussen Floris en mij is altijd heel natuurlijk verlopen. Pas een paar maanden geleden hebben we voor het eerst op papier gezet waar we staan en waar we heen willen met Van Bommel. Niks spannends hoor, maar in de acht jaar dat we samen het bedrijf runnen, hadden we dat nooit eerder gedaan. Bijpraten over het bedrijf gaat altijd heel informeel, tijdens een etentje of in de kroeg met een wijntje erbij."

#### Formule 1

**Reynier**: "In grote lijnen borduren we nog steeds voort op de werkwijze van onze vader."

**Floris**: "Hij heeft het idee van de schoen met een verhaal in de markt gezet, voor zijn tijd was dat erg vooruitstrevend. Wij doen in feite hetzelfde."

**Reynier**: "In de jaren tachtig deed hij wat zoveel bedrijven deden: klassieke herenschoenen verkopen. Maar hij wilde meer. Daarom introduceerde hij een aantal bestaande lijnen opnieuw, maar onder een andere naam. Die baseerde hij op specifieke eigenschappen van de schoen, zoals het speciale voetbed en het ademende leer. Zo ontstond de Ultrafit-schoen. Dat model is toen zo goed in de markt gezet, dat we het nog steeds verkopen. Later, in 1997, hebben wij dat ook eens geprobeerd. Als eerste en enige schoenfabrikant kwamen we met de Milieukeurschoen, een suède brogue die aan milieuvriendelijke normen voldeed. Er kwam heel veel pers op af en de schoen werd goed verkocht."

**Floris**: "Alleen kwam dat niet door het keurmerk. Want alle Al Gore-films ten spijt: mensen zijn niet geïnteresseerd in het milieu. Het was gewoon een mooie schoen. We hebben hem nog steeds in productie, maar zonder Milieukeur. Soms vertel je een verhaal waar niemand op zit te wachten."

**Reynier**: "Bij de Formule 1-schoen had ik voor het eerst het gevoel dat we wél iets echt goeds in de markt hadden gezet. In 2000 waren we begonnen met de sponsoring van het Formule 1-team. Twee jaar later besloten we onder de sportievere lijn van Floris een bijpassende Formule 1-schoen te ontwikkelen. Groot succes. De verkoop oversteeg die van onze best verkopende schoen ooit, het klassieke gaatjesmodel. Opeens ga je dan niet meer naar de schoenfabriek in Lutjebroek voor contractonderhandelingen, maar vlieg je naar Engeland om met Flavio Briatore (de eigenaar van het Formule 1-team, red.) te onderhandelen. En word je rondgeleid door de fabriek waar de Formule 1-wagens worden gemaakt, in plaats van door het magazijn van een schoenwinkel in Appelscha. Maar toch: het blijft gewoon werk."

#### Floris van Bommel (32)

studeerde in 1998 af aan de TMO, de Hogeschool voor Modemanagement in Doorn. In 1999 startte hij bij het familiebedrijf. Hij is nu hoofd Marketing en hoofd Collectie.



#### Rotte vis

**Floris**: "De Formule 1-schoen was zo'n succes dat overal kopieën opdoken. We hebben meteen een rechtszaak aangespannen tegen het bedrijf dat de schoenen op de markt bracht, Verbunt. En gewonnen, in een kort geding. Op auteursrecht: de hele compositie van de schoen bleek uniek genoeg."

**Reynier**: "Sinds vorig jaar zijn we in een zaak tegen de Italiaanse schoenfabriek Adelchi verwickeld. Een winkelier tipte ons dat er kopieën bij Van Woensel (een keten schoenwinkels, red.) lagen. Die had de modellen op de kop getikt op de Italiaanse Gardabeurs, waar altijd veel kopieën worden aangeboden. Tijdens het kort geding tegen Adelchi wilde de rechter geen uitspraak doen: er moest meer onderzoek gedaan worden. We zijn meteen in hoger beroep gegaan. Het is belachelijk dat je je eigen ontwerp niet zou kunnen beschermen. Als er nu weer geen uitspraak volgt of als Adelchi gelijk krijgt, is dat in feite een dikke middelvinger van de rechter en daarmee van de staat, jegens die zeldzame bedrijven die nog aan origineel ontwerp doen. De meeste kleine bedrijfjes beginnen niet eens meer aan een proces als ze worden gekopieerd. Logisch. Als je verliest, ben je failliet."

**Floris**: "Ik was onlangs bij een zitting tegen Adelchi. Hun advocaat maakte ons voor rotte vis uit: 'Die Van Bommels, die zijn niet te vertrouwen.' Ik weet dat dat het spel is, maar ik zit me dan wel ontzettend op te winden."

**Reynier**: "Onze advocaat, Reeskamp van Allen & Overy, zei dat het geen hogere natuurkunde was en verwachtte dat we wel zouden winnen. Hij is een buitengewoon goede advocaat, ook de eerste zaak tegen Verbunt heeft hij gewonnen."

**Floris**: "Maar ook al zou hij nu niet winnen, dan is hij nog heel goed."

**Reynier**: "Die man is een wandelende ... hoe noem je die rechtboeken? Hij weet alles! Da's ongelofelijk, hij rakelt zó tien vorige zaken op die zijdelings te maken hebben met de onze."

**Floris**: "Het barbiepoparrest werd vaak aangehaald. En het frietpanarrest."

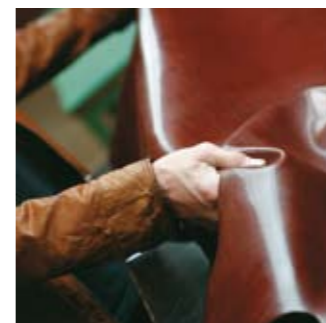
**Reynier**: "Sommige winkeliers vinden het een vorm van erkenning, die kopieën. Maar zij zien niet hoeveel tijd en geld we in het ontwerp stoppen. Toch zouden we het er nooit bij laten zitten. Wij hebben gelijk en de tegenpartij fraudeert, maar wij kunnen moeilijk bewijzen dat zij pas ná ons ontwerp met de schoen kwamen. Maar dat is natuurlijk stomlogisch: het duurt een halfjaar voordat Floris met een schoen komt. Tijdens dat proces verandert er honderduizend keer iets, het is geen kopje waar je een oor aan maakt, het is een uitvoerig creatief proces. En dan zegt de tegenpartij gewoon: da's leuk en aardig, maar wij hadden dat model drie maanden eerder bedacht. En dan komen ze met exportdocumenten en toestanden, maar dat is natuurlijk vervalst. Da's gewoon liegen."

**Floris**: "Zo gaat dat toch altijd met rechtszaken. Het gaat niet om de waarheid, het gaat om wie het best kan liegen. Reeskamp is trouwens niet de enige advocaat waar we mee werken. Hij heeft tot nu toe wel alle IE-zaken gedaan. Voor andere zaken zoeken we steeds een andere specialist. Voor algemene zaken werken we samen met twee advocatenkantoren in de buurt."

#### Doffe ellende

**Floris**: "Doordat we succesvol zijn, rijzen er verwachtingen: dat we bijvoorbeeld over de hele wereld filialen hebben."

**Reynier**: "Het tegendeel is waar. Vier jaar geleden heb ik de knoop doorgehakt



#### Reynier van Bommel (34)

studeerde bedrijfseconomie aan de Universiteit Maastricht. In 1999 kwam hij in dienst. Hij is nu commercieel directeur. Met voormalig financieel directeur Paul Petit, nu algemeen directeur, vormt hij de directie van het bedrijf.



en bijna alle export stopgezet. We zaten op heel veel plekken in Europa, in de Verenigde Staten, Azië, Australië. Maar wat heb je daar aan? Het klinkt mooi maar het kost alleen maar bakken geld en tijd. Niet lang daarvoor, in 2002, hadden we een grote tegenslag met de Noble Blue-lijn. Die is door onze vader uitgebracht naar aanleiding van zijn vertrek, als een soort afscheidscadeau. Het zijn exclusieve, grotendeels handgemaakte schoenen van het allerbeste leer. Het was allang een droom van hem om ooit nog eens een zo'n ambachtelijke schoen te maken. Ons leek het een mooie uitdaging om zijn schoenlijn in de markt te zetten, zeker omdat het verhaal erachter zo mooi is. Noble Blue leek een perfect exportproduct."

**Floris:** "We hadden een goed doortimmerd plan: vijftien winkels, verdeeld over vijf Duitse steden, zouden Noble Blue in hun assortiment opnemen. Elke winkel benaderden we individueel en voor elke zaak hadden we een op maat gemaakt boekwerk met achtergrondinformatie. Van gekkigheid wisten we niet hoe mooi en uitgebreid we dat boek moesten maken. En het sloeg aan. Reynier stapte binnen bij Budapest in Berlijn, een zeer exclusieve zaak, en ze zagen ons zitten. Al zeven jaar hadden ze geen nieuwe merken aangenomen, maar óns zagen ze zitten. Euforisch waren we. Maar toen bleek dat we de export niet rond kregen. Ons bedrijf kon simpelweg de grote levering niet aan. Alles liep in de soep. Van pure euforie naar doffe ellende."

**Reynier:** "Uiteindelijk hebben we er niks aan overgehouden, nul komma nul. Financieel was het nog te overzien. Maar het idee dat het had kunnen lukken... Maar goed, je leert ervan. Het maakt je realistisch. Of nuchter, zo je wilt. Na die periode hebben we de bezem door het bedrijf gehaald. We hebben mensen ontslagen, gezorgd voor een nieuw functioneringssysteem en een interim-manager aangenomen. Daarna hebben we de export grotendeels stopgezet. We gaan nu eerst maar eens rustig in België en Duitsland voet aan de grond krijgen. Daarom openen we eind dit jaar de eerste Van Bommel-winkel in Antwerpen. Een eigen winkel zien we als een vereiste om onze positie op de Belgische markt te versterken. Het effect is vele malen sterker dan dat van bijvoorbeeld een *authorized shop*."

We gaan de grens over met de Floris-lijn, niet met Noble Blue. Dat was toen leuk, maar nu is Floris het verhaal. Hij is de jonge telg die Van Bommel weer een frisse boost geeft. We hebben de Floris-lijn in 1996 heel geleidelijk op de markt gezet. De eerste modellen waren nog niet zo uitgesproken als nu, ze leken nog enigszins op de klassieke Van Bommels. Maar ze waren wel nét anders genoeg om een eigen Floris-hoekje in de winkel te krijgen. De schoen liep meteen goed: in 1999 verkochten we al zo'n twintigduizend paar. We verwachtten dat we over vijf jaar zo'n succes hebben met Floris dat we achteraf blij zijn dat Noble Blue niet is doorgegaan."

## BIJNA DRIE EEUWEN SCHOENEN

In 1734 tekenden de broers Adrianus en Christianus van Bommel een akte, waaruit blijkt dat ze meesterschoenmakers zijn. In 1911 verrijst in Brabant de eerste machinale schoenfabriek van Van Bommel. In de jaren vijftig krijgen de Van Bommels het predikaat hofleverancier. In 1982 ontvangt Van Bommel als eerste schoenfabriek in de Benelux de Oscar Alta Moda, een hoge Italiaanse kwaliteitsonderscheiding. Sinds de jaren negentig staat Van Bommel stevast in de topdrie van bekendste Nederlandse schoenmerken. In Nederland en Duitsland heeft van Bommel tien *authorized shops*, waar minimaal veertig vierkante meter voor Van Bommel-schoenen is gereserveerd. Daarnaast zijn er ruim duizend verkooppunten, in België tweehonderd en in Duitsland een kleine honderd. Eind 2007 opent in Antwerpen 's werelds eerste Van Bommel-winkel.

Het bedrijf is eigendom van de drie broers Floris, Reynier en Pepijn Van Bommel. Hun vader Frans van Bommel ging in 2002 met pensioen en is nu adviseur.

Van Bommels worden voornamelijk gemaakt in Nederland, Portugal, India en Tunesië, het leer komt uit Italië. Met China doet het bedrijf geen zaken. Het 'made in China'-stigma staat Van Bommel tegen, en de kwaliteit is onvoldoende, is het oordeel uit Moergestel.

In Nederland werken 140 mensen in vaste dienst, in Portugal werkt een fabriek met 100 mensen exclusief voor Van Bommel. Daarnaast zijn er wereldwijd nog zo'n 250 mensen fulltime bezig met de productie van Van Bommel-schoenen. De omzet in 2006 bedroeg circa dertig miljoen euro.

### Cashen

**Floris:** "Ik realiseer me maar zelden dat het eigenlijk niet niks is, wat wij voor elkaar hebben gekregen. Laatst sprak een winkelier met een prachtige, exclusieve winkel in Tilburg mij aan op een terras. Hij moest en zou de Floris-schoen in zijn etalage hebben. 'Mensen willen óf Santoni of Floris!' zei hij. Dat zo'n winkel vol Italiaanse maatpakken per se ons wil, dat is nog steeds een kick. Als je dat vergelijkt met vroeger..."

**Reynier:** "Toen ging ons vader met een koffer vol schoenen bedrijven langs en was al blij als hij ergens vijf verschillende modellen kwijt kon. Nu zetten de allerbeste winkeliers veertig vierkante meter neer met 150 verschillende Van Bommels. We zijn erg hard gegroeid, in minder dan tien jaar tijd is van Bommel verdubbeld, qua alles: omzet, mensen. Dat het zó snel zou gaan, hadden wij ook niet verwacht. Wat er na ons gebeurt, of er een tiende generatie komt, daar hebben we nog niet echt over nagedacht. Nageslacht is er nog niet. Het zou leuk zijn. Maar anders..."

**Floris:** "Dan wordt het cashen! Dan verkopen we Van Bommel aan het buitenland. Net als KPN en de Hema."

**Reynier:** "O ja, is de Hema verkocht? Dat wist ik niet."

**Floris:** "Ja, aan een stelletje Britten. Het is nu de Bema, de Britse Eenheids Maatschappij."

**Reynier:** "Tja, alles wordt maar verkocht tegenwoordig. Nee hoor, daar zijn wij niet mee bezig. Hoewel, misschien tegen die tijd wel."

**Floris:** "Dat zou niet slim zijn. Hoe langer je een familiebedrijf bent, hoe sterker je verhaal is. Het wordt toch steeds zeldzamer om het zo lang vol te houden."

**Reynier:** "Zeldzaam? Weet je wel hoeveel familiebedrijven Nederland telt? Zo'n zestigduizend, 60 tot 70 procent is in wezen familiebedrijf. De multinationals zijn maar het topje van de ijsberg. Ook het grootste bedrijf van de wereld, Walmart, is een familiebedrijf. En Peugeot. En Mars, deels. Maar we zien wel. Wie weet hebben we tegen die tijd wel een heel dure hobby."

*Naschrift: Het Amsterdamse hof stelde Van Bommel onlangs volledig in het gelijk in de zaak tegen Adelchi.*

# TASSEN VAN KLASSE

PRODUCTIE ELSKEN VERKOREN

## Spoorzoeker



Tas kwijt? De unieke *tracker code*, ingebouwd in deze Knomo Slim, helpt je spullen terug te vinden. De code wordt ondersteund door een callcenter dat je tas dag en nacht terug kan vinden. De handgemaakte vederlichte en elegante tas is vervaardigd van leer en nylon en beschermt een 15,4-inch MacBook optimaal tegen schokken en stoten. Verkrijgbaar voor € 69,95 via de Apple Store in grijs, lichtbruin, zwart en rood. Ook voor een 13-inch MacBook.



## TOP voor laptop

Voor als het ultra-chic moet. Hermès bewijst wederom een meester te zijn in het bewerken van prachtig leer tot exclusieve gebruiksvoorwerpen. Deze tas voor de laptop is praktisch ingedeeld. Veel aparte vakken, onder meer één met speciale bescherming voor de computer. € 4000.

## Tassen vol energie

Zon in je tas met de nieuwe **businessstassen van Picard, uitgerust met zonnepanelen. De zonne-energie laadt notebook, MP3-speler of mobiele telefoon altijd en overal op. De wereldwijd gepatenteerde collectie Picard Solar bestaat uit een rugzak, schoudertas (beide € 798) en een trolley (€ 998). Dus niet alleen veilig vervoer voor de elektronica, ze wordt ook nog milieuvriendelijk opgeladen.**



## SAMMIE

Onder het Black Label blaast Samsonite de klassieke Signat uit de jaren '60 nieuw leven in. Felle kleuren met opvallende popart-dessins aan de binnenkant geven de mannelijke koffer van weleer nu vrouwelijke charme. Het Deluxe-model heeft een lederen etui om de attachékoffer over de schouder te dragen. Verkrijgbaar in A3- en A4- formaat, voor € 249 en € 299.

## Postbodedtas met stijl



De populaire *postman bag* met grote flap ontbreekt ook in de collectie van Louis Vuitton niet. Deze laptop-variant is uitgevoerd in sportief canvas met het bekende Damier Géant-patroon. Voor € 890 is hij van jou.

### Verkoopinformatie

**Hermès** 020-3057050 of [www.hermes.com](http://www.hermes.com)

**Knomo** [www.knomobags.com](http://www.knomobags.com), te koop via [www.apple.nl](http://www.apple.nl)

**Louis Vuitton** 020-5755775 of [www.vuitton.com](http://www.vuitton.com)

**Picard** [www.picard-lederwaren.de](http://www.picard-lederwaren.de)

**Samsonite** 070-3818887 of [www.samsoniteblacklabel.com](http://www.samsoniteblacklabel.com)