



Königlicher Schuhmacher und Rebell



Floris van Bommel ist der kreative Kopf der brabantischen Schuhmanufaktur, die in diesem Jahr ihr 275-jähriges Bestehen feiert. Seine Leidenschaft neben Schuhen: Rockmusik.



Floris van Bommel, königlich-holländischer Schuhlieferant, verjüngte das Traditionsunternehmen seiner Familie und gilt seither als der Rockstar der Schuhbranche. – Jede Kollektion wird in mindestens 200 Hand-Arbeitsgängen gefertigt (Fotos Mitte). – Wenn Königin Beatrix in ihrer goldenen Kutsche zur Parlamentseröffnung fährt, dann begleiten sie die Lakaien, die zu diesem Anlass Schuhe aus der brabantischen Manufaktur van Bommel tragen.

Schwarze Lederjeans, schwarzes T-Shirt, schwarze Lederjacke. Schwarz, die Farbe der Kreativen, ist sein Markenzeichen. Da fallen die grasgrünen Sneakers direkt ins Auge. Lässig sitzt er im weichen Ledersessel, wippt mit der Schuhspitze. Absicht? Keineswegs, schließlich hat er die auffallenden jugendlichen Treter selbst kreiert. Der sie trägt, ist Floris van Bommel, Spross der niederländischen Schuhmanufaktur van Bommel aus Moergestel, die „by appointment to her Majesty the Queen of the Netherlands“ als Hoflieferant ausgezeichnet ist. Wenn die Königin samt königlicher Entourage in ihrer goldenen Kutsche zur Parlamentseröffnung fährt, dann schreiten die Lakaien in Van-Bommel-Schuhen neben Ihrer Majestät her. Tradition ist alles. Schließlich fertigte das brabantische Unternehmen schon „königliche“ Sandaletten für die niederländische Prinzessin Juliana an, als die sich 1936 mit Prinz Bernhard verlobte. Das Schuhwerk der späteren Königin war in den Farben des Fürstenhauses Lippe-Detmold gehalten.

Doch mit königlichem Schuhwerk hat der 32-jährige Van-Bommel-Spross wenig am Hut. Dank seiner Kreativität machte er aus dem niederländischen Traditionshaus ein modernes Life-Style-Label und krepelte die altherwürdige niederländische Schuhmanufaktur kräftig um, ohne auf familiäre Bande zu verzichten, die sich mittlerweile in der neunten Generation mit seinen Brüdern Reynier (34) und Pepijn (28) bewährt. Vater Frans hatte die Idee, eine Zweitlinie einzuführen. Unter dem Namen seines zweitjüngsten Sohnes, Floris van Bommel. Was der Einstieg für das Unternehmen des Juniors als Head of Design und Marketing bedeuten sollte, ahnte keiner. Er provozierte mit kultigen Slogans wie „van Bommel since 1734 bla, bla, bla...“, posierte nackt für seine Marke, setzte sich in Musikvideos und Werbekampagnen als Rockstar der internationalen Schuhbranche in Szene, komponierte die Songs selbst und sang sie. Ein neuer Medienstar war in den Niederlanden geboren: der wilde Schuhmacher, der nicht nur in seinem Heimatland die Kultmarke etablierte, sondern auch in den übrigen Beneluxstaaten. „Zu unseren wichtigsten Zukunftsmärkten gehört Deutschland“, so Floris van Bommel. Dabei hat er nicht den flippigen Sneakerträger im Visier, sondern den Mann, der



zum Anzug gerne modisches Schuhwerk trägt. Wie er selbst. Mal Sneaker, mal Lederstiefel. „Ich liebe es, Schuhe zu machen“, so van Bommel, „und ich entwerfe sie so, wie ich sie gerne tragen würde.“

Vier stylische Kollektionen – unter seiner Kreativ-Leitung – produziert die Manufaktur mittlerweile: Floris van Bommel Women & Men (junge Schuhtrends mit individueller Signatur), Floris van Bommel Sport (außergewöhnliche Trendsneaker), van Bommel since 1734 (Edelschuhe für lässige Citymänner) und Noble Blue (Exklusives in über 300 Arbeitsgängen). Das Besondere daran: Jede Kollektion wird mit mindestens 200 Hand-Arbeitsgängen gefertigt. Gerade brachte Floris van Bommel die Zusammenarbeit mit Timberland, dem riesigen amerikanischen Unternehmen, unter Dach und Fach und entwarf eine eigene Kollektion.

Reynier van Bommel, der 1699 ein Firmengebäude in Breda kaufte und dort Schuhe herstellte, hätte sicherlich niemals gedacht, welche Entwicklung die Schuhherstellung einmal nehmen würde, die später nach Moergestel umsiedelte und bis heute dort geblieben ist. 425 000 Paar Schuhe werden jährlich produziert. Rund 25 Mill. Schuhkartons haben die Unternehmen damit seit 1734 in alle Welt verlassen: Bei Harry Potter wäre dies der Fluch von Lord Voldemort, wenn sich tausende Schuhkartons rund 180-mal von der Erde bis zum Mond auftürmten. Doch genau jene Strecke wird damit erreicht. Dass dieser „Fluch“ sich fortsetzt und vorangetrieben wird, dafür sorgen die Brüder Reynier, Floris und Pepijn mit Power. Allen voran Floris, der querdenkt, inspiriert und Neues wagt. Mit voller Unterstützung seiner beiden Brüder, die ihm den Rücken stärken und das ungebremste kreative Potenzial in die richtigen Bahnen lenken.

Woher holt er sich seine Ideen? „Wenn ich im Café in Amsterdam, New York oder London sitze, dann sehe ich den Leuten

auf die Füße und dann lasse ich mich inspirieren, was sie tragen sollten oder könnten.“ Schuhe entwerfen ist sein Hobby, wie die Musik. Er hat ein eigenes kleines Studio, liebt Rockkonzerte. Sein Geschmack ist breit gefächert: von Singer-Songwriter über Rock und Metal bis hin zu hysterischem Metalcore. „Bei Konzerten und auf Festen fühle ich mich absolut ausgeglichen.“ Und welche Stadt liebt er? Mailand, weil er dort Fashion-Management studiert hat und dort seine Lieblingskneipe fand: „Die Kneipe von Dolce Gabbana. Wenn man die nicht kennt, findet man sie in 100 Jahren nicht. Man kommt nur dahin, wenn man durch ihren Laden am Corso Venetia durch einen schmalen Gang nach hinten läuft, am Dolce Gabbana Barbier entlang und dann quer über den kleinen Innenhof.“ Und welche Stadt fällt ihm ein, wenn er an Deutschland denkt? „Ulm.“ Da hat er während seiner Ausbildung in einer Leistenfabrik gearbeitet. „Und in den Kneipen gab es abends Schafkäse und Weißbier.“ Der Rockstar der Schuhbranche mag sich nicht festlegen. Nicht bei der Musik, nicht bei seiner eigenen Linie. Gerade entwarf er für die Linie Noble Blue Schuhe und präsentierte Ozark Henry, einen Rocker wie er. Denn Musik bleibt seine Leidenschaft – neben den Schuhen versteht sich.

Text: Jörg Langendorf
Fotos: Roland Hoffmann PR, dpa (1)