

WAT VERDER TER TAFEL KOMT

'Ik raakte verdwaald in het spel'

Geert van Spaendonck (49) was een jongen van het snelle geld tot hij eigenaar werd van Van Lier, het oer-Hollandse herenschoenenmerk (anno 1815). Hij kocht het van de oprichtersfamilie. 'Ik verlangde naar rust.'

Ivo Weyel Foto's Guido Benschop

Ooit stond hij op de *Quote 500*-lijst van rijkste Nederlanders en leefde hij het leven van de snelle jongen. Met alles erop en eraan. Bentley voor de deur, Breguet-horloge aan de pols en voortdurend in privé-jets onderweg van de ene overname naar de andere.

Het waren de opulente jaren tachtig, toen de banken stonden te springen om allerhande overnames te financieren. Van Spaendonck voelde zich als een vis in het water. Op zijn 25ste verdiende hij zijn eerste miljoen door zijn twee jaar daarvoor begonnen marketing-bedrijf te verkopen.

Hij werd financieel adviseur van diverse banken en bedrijven, nam actief deel aan de cyclus van bedrijven kopen met geleend geld, om ze vervolgens met winst te verkopen, en raakte verstrikt in de immer opstuwende hectiek van meer, groter en hoger. 'Ik werd opgeslokt door de waan van de dag, waarbij alles draaide om geld – niet zozeer om de waarde daarvan als wel om het spel – en raakte daarin verdwaald. In die tijd had ik nauwelijks 35.000 euro in mijn bedrijf zitten, maar was het wel mogelijk om 10 miljoen euro te lenen om overnames te doen.'

'Begrijp me niet verkeerd, ik heb er geen spijt van en het waren spannende jaren, maar op een gegeven moment strookte het niet meer met mijn persoonlijkheid, met mijn creativiteit. Ik begon naar rust te verlangen en dacht er zelfs al

aan om met pensioen te gaan, terwijl ik amper veertig was. Veel te jong. Dan klopt er toch iets niet in je leven?'

Begin jaren negentig nam Van Spaendonck een meerderheidsbelang in het Nederlandse schoenenmerk Van Lier. Eerst nog louter als investering. Hij wilde 'groot' worden in de schoenenwereld. Vier jaar later kocht hij het Duits-Oostenrijkse schoenenbedrijf Gallus, en werd daarmee in één klap Europees marktleider op het gebied van betaalbaar schoeisel. Hij overwoog naar de beurs te gaan, maar kreeg weer het gevoel: waar ben ik eigenlijk mee bezig?

In 2007, vlak voor de economische crisis, die hij zag aankomen, verkocht hij het grootste deel van zijn bedrijven. Exit *Quote 500*. 'Maar Van Lier voelde goed. Met de familie Van Lier zat ik helemaal op één lijn; die had het bedrijf, anno 1815, met liefde en creativiteit opgebouwd, en die traditie wilde ik voortzetten. Het voelde goed om één project met hart en ziel na te streven en uit te bouwen in plaats van jezelf te versplinteren.'

'Het vertrouwen was wederzijds. Ze gunden mij hun bedrijf en ik besloot de overige aandelen van ABN AMRO over te nemen en 100 procent aandeelhouder te worden.'

'Er moest in het begin heel wat worden gesaneerd. Dat was pijnlijk. Vooral het sluiten van de eigen Van Lier-fabriek in Loon op Zand. Maar het was onvermijdelijk. Arbeidsrechtelijk is het slecht toeven in Nederland. Stringente cao's zitten die flexibiliteit in de weg, die

WAAR?

Restaurant Yamazato, Okura Hotel, Amsterdam

WAT?

VOORGERECHT Glas Moët & Chandon

HOOPDGERECHT Shokado Hiruzen

NAGERECHT IJs

DRANK Evian-water en koffie

KASSA

€ 54,00



Wie is Geert van Spaendonck?

In Delft studeerde hij bedrijfskunde, in Rotterdam rechten. Daarna zette hij een marketing-bedrijf in de it-sector op. Bereikte plaats 358 op *Quote 500*-lijst. Nam in 1993 een deel van Van Lier over. In 2007 enig aandeelhouder. Zijn voorvader is de achttiende-eeuwse schilder Gérard van Spaendonck.



vooral bij modebedrijven erg belangrijk is. Daar wisselen rustige en hectische jaargetijden elkaar af. In landen als Portugal, China en Polen – waar ik de productie naartoe verplaatste – kun je in het drukke seizoen meer mensen aannemen zonder dat je ze in de stille periode hoeft aan te houden. Daarbij is de kwaliteit er minstens zo hoog als hier.

'Misschien nog wel het belangrijkste was – en is – dat ik er mijn creatieve ei kwijt kan. Ik bemoei me niet alleen met de bedrijfsvoering, maar ook met het design van de modellen, de inrichting van de winkels en ben daarvoor ook direct bij de mensen in het bedrijf betrokken. Ik hoor vaak dat ik een veel aardiger mens ben geworden dan ik was.'

Van Lier maakt 250.000 herenschoenen per jaar, is goed voor een jaarlijkse omzet van 30 miljoen euro, geeft werk aan tweehonderd mensen en komt twee keer per jaar met een nieuwe collectie. Er zijn duizend verkooppunten en vier eigen winkels (de vijfde en zesde gaan later dit jaar open, alle op franchisebasis), de zogenoemde *concept stores*. 'Die laatste zijn erg belangrijk. Ik wil aan het klassieke imago, dat misschien nog aan Van Lier kleeft, een modieuze wending geven. In eigen winkels kun je dat het beste uitdragen.'

Van Spaendonck benadrukt dat hij daarbij vooral geen hip of trendy imago nastreeft. Op de vraag of hij doelt op dat andere Nederlandse schoenenmerk, Van Bommel, dat daar juist wel mee bezig is, geeft hij geen antwoord. 'Ik praat niet over andere merken. Ieder doet wat hem goedgeeft. Van Lier bestaat bijna tweehonderd jaar, en ik wil dat het bedrijf er over een eeuw nog is. Ik wil zowel de traditie vasthouden als vernieuwen, en dan moet je niet te hard van stapel willen lopen. Je moet niet hipper dan je klant worden.'

'Onze doelgroep is – met een gemiddelde prijs van 150 euro per paar – een doorsnee van de bevolking. Je ziet wel dat mensen modebewuster worden. Design is cruciaal. Designers spelen nu de hoofdrol in het bedrijfsleven. Ze zitten in het hoogste directie-echelon van automerken, eigenlijk in alle contreien die met consumentenproducten te maken hebben. Terwijl ze nog niet zo lang geleden nauwelijks iets in de melk hadden te brokkelen. Herkenbaarheid en persoonlijkheid worden nog meer dan nu de toverwoorden. Vandaar dat ik me zo goed voel bij Van Lier nu ik ook zelf het designimago bepaal.'

Van Spaendonck is nu 49 jaar. Nog steeds te jong om met pensioen te gaan. Is Van Lier zijn eindpunt? 'Ja en nee. Ja, omdat ik Van Lier nooit meer kwijt wil, en nee, omdat het toch weer kriebelt. Ik ga andere mogelijkheden en overnames niet uit de weg. Maar mijn insteek is nu compleet anders: mijn passie ligt nu in het product zelf, in het creëren van mooie dingen, en niet in het vergaren om het vergaren zelf. Als ik al iets erbij neem, moet het bijna liefde op het eerste gezicht zijn.' ■