

1852 – 2002

150 JAAR NOOTEBOOM TEXTIEL B.V.

Anderhalve eeuw verweven met het weefsel

	<u>in zaken</u>		
	<u>van</u>	<u>tot</u>	
URIAS NOOTEBOOM	1852 -	1901	49 jaar
ANTON NOOTEBOOM	1901 -	1945	44 jaar
HARRY NOOTEBOOM	1945 -	1960	15 jaar
ARIE NOOTEBOOM	1960 -	1994	34 jaar
SANDER NOOTEBOOM	1994 -	2002 en verder	8 jaar
			<hr/>
			150 jaar

Op 24 mei anno 2002 viert Nootboom Textiel B.V. haar 150 jarig bestaan. Vijf generaties van het Tilburgse geslacht Nootboom zijn dan verweven met het weefsel, verbonden met de textiel. Het begon heel eenvoudig in 1852 met de oprichter Urias Nootboom, de over-over grootvader van Sander Nootboom, de huidige directeur-eigenaar van de onderneming.

Vanaf Urias, de grondlegger in het verre verleden tot en met Sander, de voortzetter in het heden, willen wij met u in vogelvlucht door de historie gaan van Nootboom Textiel B.V..

HET BEGIN

Urias Nootboom, de pionier (1852 – 1901)

Wij nemen u 150 jaar mee terug in de tijd. We schrijven 1852 en bevinden ons, midden in de 19^e eeuw, in het ontwakende Tilburg. De stad in Brabant die zou uitgroeien tot de Nederlandse wolstad van de 20^e eeuw en de moderne industriestad van vandaag. Toen was Tilburg nog een dorpse stad.

Ontstaan in de eeuwen daarvoor door naar elkaar toegegroeide buurtschappen en gehuchten. In het centrum daarvan werd Urias Nootboom geboren en groeide hij op. Een geboren en getogen Tilburger dus. Hij had ondernemingsdrang en begon in een pand aan de Zomerstraat (het latere huisnummer 34) een nering in herenstoffen. In die tijd waren dat voornamelijk lakens en buskins. Hij kocht deze stoffen met snel vergaarde kennis van zaken aan bij de opkomende plaatselijke textielabrikanten. Die waren toen al van importantie voor de economie van de stad. De nering werd al gauw een heuse winkel die de uitvalsbasis werd van Urias' handelsreizen in de regio. Weldra verkocht hij zijn stoffen in de stad en ommelanden aan kleine zakenlieden in de textielbranche; aan kleermakers in de dorpen rondom Tilburg vooral. Alles was toen nog kleinschalig. Urias Nootboom trok er op uit zonder afspraken vooraf. Er waren geen communicatiemiddelen om zijn komst vooraf aan te

kondigen. Zo was hij, hoewel hij zich in een rijtuig verplaatste, in de beginjaren eerder een marskramer dan een koopman die gecoördineerd te werk ging. Tilburg was toen omgeven door een platteland met kleine dorpen waar de nijverheid zich voornamelijk afspeelde in een agrarische sfeer. Men kan dus wel zeggen dat Urias met zijn handel letterlijk de boer op ging. Toch maakte hij op deze manier al gauw furore en toen hij zijn zaak in 1901 overdroeg aan zijn zoon Anton had ze naast enige omvang ook al een goede bekendheid.

HET VERVOLG

Anton Nootboom, de grensverlegger (1901 – 1945)

Anton ging voortvarend aan de slag. Hij wilde meer dan zijn vader en streefde uitbreiding na. Al in 1916 liet hij de zaak als 'handel in manufacturen' inschrijven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Tilburg. Daarmee was ze, onder inschrijvingsnummer 91, officieel geregistreerd. Het lage nummer 91 toont aan dat het nog maar magertjes was gesteld met de aanwezigheid van de wat grotere ondernemingen in Tilburg.

De manufacturen waarop Anton Nootboom het accent legde bestonden uit lakens, buskins, kamgarens, strijkgarens en furnituren voor de kleermakerijen. Hij bouwde het beperkte verkoopgebied van zijn vader nog vóór de Eerste Wereldoorlog uit tot de gehele provincie Noord-Brabant. Dat was voor de eerste decennia van de 20^e eeuw een behoorlijke expansie. Anton kocht zijn handelswaar in bij de fabrikanten in de regio Tilburg. Dat waren er toen, in de aanloop naar de bloeitijd van de textielindustrie, al ongeveer 150. Met velen van hen had zijn vader al een goede relatie gelegd. De furnituren haalde Anton echter verder van huis, in Enschede, ook een textielstad in wording. Hij was grensverleggend bezig.

Ook Anton maakte voor zijn mobiliteit nog lange tijd gebruik van het rijtuig, wellicht hetzelfde als waarin zijn vader zich in een kleinere kring had voortbewogen. Toen in de dertiger jaren de T-Ford zijn intrede deed aarzelde hij niet lang en wisselde het rijtuig in voor de auto. Daarmee nam zijn mobiliteit aanzienlijk toe. Het verhoogde ook zijn actieradius en dus zijn mogelijkheden.

Toen alles dus op rolletjes liep en de zaken goed gingen, gooide de Tweede Wereldoorlog ineens roet in het eten dat Anton met zijn handel ruimschoots verdiend had. In de oorlogsjaren 1940 – 1945 kwamen de activiteiten op een laag pitje te staan. Er was schaarste aan alles en niet in het minst aan de spullen die Anton nodig had. Het maakte hem inventief. Hij kwam erachter dat zijn handelswaar een gewild ruilmiddel was en wist met de oudste vorm van handel drijven, de ruilhandel, het hoofd boven water te houden. Hij had sinds 1901, toen hij de zaak van pa overnam, een gestage omzetgroei weten te realiseren. De terugval in de oorlog deed hem niet de das om. Toen hij na afloop daarvan, in 1945 nog, het roer in handen gaf van zijn zoon Harry, kreeg deze een in de grond gezond bedrijf met veel potentie in de schoot geworpen.

DE NA-OORLOGSE VOORTGANG

Harry Nootboom, de wederopbouwer (1945 – 1960)

Harry begon met groot enthousiasme aan de 'wederopbouw' van de door de oorlog gehavende onderneming. Hij had de mazzel dat er in de eerste naoorlogse jaren veel vraag was naar artikelen die hij in zijn pakket had. Dat legde hem geen windeieren. Deze Nootboom was, misschien wel meer nog dan zijn voorgangers, een bekwaam en slim zakenman. Zijn blikveld reikte veel verder dan dat van Urias en Anton en zijn inzicht liet hem weten dat hij moest werken aan een uitgekende uitbreiding van het assortiment wilde hij de concurrentie voor blijven en een interessante partner zijn binnen zijn vakgebied. Weten wat de handel wil die de modegrillen moet volgen. Weten wat kwaliteit is zodat de handel niet wordt teleurgesteld. Weten waar het beste ingekocht kan worden. Harry Nootboom had het, die feeling. Hij verlegde zijn activiteiten. Begon met de aankoop van textiel in België; de eerste grensoverschrijding. Hij haalde voeringstoffen uit Haaksbergen en voegde ook uniformstoffen voor onder andere brandweer, politie, leger en muziekkorpsen aan het assortiment toe. Het verkoopteam werd uitgebreid met vertegenwoordigers voor Brabant, Zeeland en Limburg en later ook nog met één voor Noord Nederland. Maar de zuidelijke Nederlanden waren voorlopig nog het kerngebied voor Harry Nootboom. Dáár wilde hij in elk geval zijn slag slaan. Met zijn zogenoemde reizigers ging Harry op een speciale manier om. Buiten de auto van de zaak verschaftte hij hen ook een treinabonnement. In de plaats waar de verkoper zijn werkdag beëindigde, moest hij de auto laten staan om met de trein huiswaarts te keren. De volgende dag dus weer met de trein terug naar de auto en dan verder het land in. Zo elke dag opnieuw. Over efficiëntie versus kosten heeft Harry zich kennelijk, althans op dit punt, niet het hoofd gebroken. Hoe dan ook, het ging crescendo met Nootboom Textiel. De verkoop ging alsmaar in opgaande lijn en Harry zocht naar nieuwe mogelijkheden. In de vijftiger jaren van de vorige eeuw bereidde hij zijn aanbod uit met damesstoffen. Hij deed dat met vooruitziende blik, Want allerwegen nam de herenconfectie een enorme vlucht en dat tastte de hegemonie van de kleermakerijen, de belangrijkste afnemers van Nootboom, enorm aan. Hij zocht en vond nieuwe afnemers.

Harry had het geluk aan zijn zijde, maar helaas niet lang. Hij overleed in 1960 plotseling op 53 jarige leeftijd. Zijn oudste zoon Arie, toen net 22 jaar oud, moest de zaak onverwacht snel overnemen. En dat deed hij.

DE MODERNE TIJD

Arie Nootboom, de vernieuwer (1960 – 1994)

Hij werd in het diepe gegooid, de jonge Arie. Hij moest het ineens gaan doen. Weliswaar had zijn vader hem enige opleiding gegeven en veel kneepjes van het vak kende hij al maar het echte werk was hem nog vreemd. Gelukkig kon hij steunen op de ervaring van bekwame medewerkers die onder leiding van zijn vader het klappen van de zweep hadden leren kennen. Zij hielpen hem op weg en met zijn aangeboren handelsgeest, want de appel valt niet ver van de (Noot)boom, werd hij al snel een handelaar die voor zijn taak berekend was. Arie zocht het in vernieuwing en verliet de traditionele paden die zijn vader nog bewandeld had. Hij paste de organisatie aan en voerde de onderneming de moderne tijd in, niet alleen door een ander assortimentskeuze, maar ook door verandering van

verkoopmethode en –tactiek. Een nieuwe strategie dus. Ook op administratief en logistiek terrein greep hij in. Moderne hulpmiddelen deden hun intrede en er werd ingehaakt op de ICT ontwikkeling. Deze Nootboom ging verder over de grenzen kijken dan zijn vader deed. Die had zich wat buitenlandse inkopen betreft beperkt tot België. Arie legde nieuwe contacten in Europa en Azië, onder andere in Engeland, Italië, Portugal, Japan en China, die hem verrassende inkoopmogelijkheden opleverden. Wat zijn vader voorzien en ook al ondervonden had, zette zich door. Met de herenstoffen was het in korte tijd over en uit. Arie vond er geen renderende markt meer voor. Hij ging zich helemaal toeleggen op dames- en kinderstoffen. Daar wist hij goede handel in. Het hele gamma nam hij op in zijn pakket, stoffen geweven en gebreid, geverfd en bedrukt, van katoen en van wol maar ook de allernieuwste fabrikaten, stoffen met en synthetische oorsprong, vervaardigd uit de kunstvezels polyester en viscose. Zo werd Nootboom Textiel B.V. een eigentijdse stoffenhandel. De winstbrengende verkooppunten vond hij voornamelijk in de landelijke (dames) stoffenwinkels en de ambulante handel. Maar ook bij kleine confectionairs kreeg hij en voet tussen de deur.

Met de verkoop ging Arie ook de landsgrenzen overschrijden. België en Zwitserland werden als afzetgebieden veroverd en daarmee werd Nootboom internationaal. Om de collecties te kunnen vergroten werden Madam Esselle in Amsterdam en Mutsaers Textiel in Tilburg overgenomen waarmee de capaciteit van de onderneming sterk toe nam. Aanbod en verkoop stegen evenredig. Arie trad zijn zakenrelaties vaak met humor tegemoet. ‘Dat werkt’ vond hij. In de branche is zijn standaardgrap alom bekend. Als een klant hem bij de begroeting vroeg: ‘Hoe maakt u het?’ dan was zijn stereotype antwoord: ‘Dat zeg ik niet, want dan maakt u het na’. Hij introduceerde in zijn klantenkring ook de slogan: ‘Met ome Arie op safari’. Dit ter gelegenheid van een grandioze totale uitverkoop in 1979, die binnen drie dagen een volstrekt leeg magazijn tot gevolg had. Er bleef geen centimeter stof meer over.

Arie Nootboom is een zakenman maar ook een ‘familiedier’. Hij vergelijkt het karakter van de Nootbooms graag met de menselijke hand. Hij zegt het zo: ‘Een hand van ons geeft warmte en zoekt contact met die van een ander. Dat brengt vriendschap. Die hand steken wij uit de mouwen en dat leidt tot activiteit, ook in zaken doen. Aan onze hand zitten vijf vingers. Met een opgestoken wijsvinger zetten wij aan tot waakzaamheid. Goed opletten is de boodschap. En onze hand ballen wij tot vuist wanneer het moet. Dan is er kracht en emotie. Deze eigenschappen heb je als familie nodig om stand te houden, vooral ook om in zaken 150 jaren van voorspoed en tegenslag te overleven’.

In 1994 droeg Arie Nootboom de zaak op zijn beurt over aan zijn toen 27 jarige zoon Sander, die hem al enige tijd assisteerde met het oog op de opvolging. Zelf was hij 56 jaar oud. Hij vond dat het estafettestokje op tijd moest worden doorgegeven en sloeg een andere weg in. Arie wilde Sander niet langer voor de voeten lopen.

HET HEDEN EN DE TOEKOMST

Sander Nootboom, de exporterende hervormer (vanaf 1994)

Wat Arie was overkomen, overkwam eigenlijk ook Sander, die dus vanaf 1994 directeur-eigenaar is van Nootboom Textiel B.V. Hij werd eveneens van de duikplank in het diepe gegooid. Hij vond dat zijn zoon ook maar bijtijds in het stof moest bijten. En och, het bloed kruipt nu eenmaal waar het niet gaan kan. Arie, gepokt en gemazeld in het vak, had Sander al zoveel geleerd dat hij hem met een gerust hart de onderneming kon toevertrouwen. Hij

heeft het goed ingeschat. Sander stelde vast dat export activiteiten meer aandacht verdienen en stortte zich vol overgave op de buitenlandse markten. Europa vooral. Succes bleef niet uit. Vandaag de dag verkoopt Nootboom Textiel B.V. onder meer in Duitsland, Oostenrijk, Polen, Litouwen en Denemarken. Nootboom is 'all over Europe'. Het artikelen pakket dat zijn vader voerde handhaafde hij. Maar door zijn geheel eigen aanpak realiseerde hij een grote omslag in marktbenadering. Toen Sander aantrad was de omzetverhouding thuismarkt – export 70% - 30%. Vandaag de dag wordt 80% van de omzet gehaald in het buitenland (export) en 20% in de 'thuismarkt' (Nederland).

De zaak die hij van vader overnam was voornamelijk gericht op meterwaren; stoffen voor winkels en de ambulante handel. Sander ging er al snel de kleine confectie bij doen en die leidde hem al even snel naar grote confectionairs en dealers in het buitenland. Hij heeft het verkoopapparaat intussen zodanig gereorganiseerd dat hij nu in alle landen waar hij op de markt is met handelsagenten werkt. Om die markten te kunnen bedienen met de exclusieve stoffen die daar gevraagd worden is hij op zoek gegaan naar inkoopadressen in het verre Oosten. Hij vond ze in de Aziatische landen China, Indonesië, Taiwan en Korea. Maar hij slaagde ook dichterbij huis, in Turkije bijvoorbeeld.

Tussen de bedrijven door speelde hij het ook klaar om een joint venture aan te gaan met Kresz in Gdansk, een in Oost Europa toonaangevende Poolse groothandel in textiel. Sander werkt intussen ook deels als converter. In plaats van alle stoffen kant-en-klaar in te slaan koopt hij nu ook ruwdoeken die hij bij een textielververij neerlegt en naar gelang de vraag op de gewenste kleur laat brengen. Hij kan dan op afroep afnemen en zo voldoen aan de wensen van elke klant en hem een snelle levertijd garanderen.

De ambities van Sander Nootboom zijn groot. Hij wil van Nootboom Textiel B.V. een nog modernere onderneming maken met een onaantastbare positie in de specifieke markt die hij verkent. Een onderneming ook die uiterste efficiency toch weet te paren aan klantvriendelijkheid.

Sander Nootboom is zich bewust dat hij de vijfde schakel is in de textielschalm van de familie, waarvoor over-over grootvader Urias in 1852 de kiem legde. Hij kent zijn verantwoordelijkheid. Die ketting wil hij niet verbreken en zo mogelijk te zijner tijd met een zesde sterke schakel verlengen.