



‘Als je iets probeert,
moet je er honderd
procent achterstaan’

Klanten inspireren in huiskamersfeer

De derde generatie Panterhuis is aan zet

Panterhuis Leeuwis Schoenen begon in 1934 als schoenmaker en is uitgegroeid tot een familiebedrijf met vier vestigingen in de provincie Utrecht. Rutger Leeuwis (35) staat als derde generatie aan het roer. Eigentijds en kordaat.

TEKST: TALITA KALLOE
PORTRETFOTO: ROLAND J. REINDERS

“Het doel van alle Panterhuis-vestigingen is het creëren van een huiskamergevoel bij onze klanten”, vertelt Rutger Leeuwis, die in 2009 het familiebedrijf Panterhuis Leeuwis Schoenen van zijn vader overnam. Wanneer je door de hoofdvestiging van Panterhuis in Vianen loopt, stap je in een moderne, ruimtelijke en strakke winkel die niet zou misstaan in de drukke winkelstraten van Utrecht. Panterhuis heeft nog drie vestigingen: een in Driebergen en twee in Leusden. Een van de twee winkels in Leusden draagt de naam Shoe Traffic en is het jongere zusje van Panterhuis, gericht op een trendy doelgroep. Sinds een verbouwing in maart 2015 heeft Shoe Traffic een eigentijdse, industriële uitstraling.

Verhalen vertellen

“Shoe Traffic is in het bijzonder een plek waar je naartoe gaat als je verrast wilt worden en een schoen echt wilt ‘beleving’”, zegt Leeuwis. “Voor mij betekent ‘beleving’ vooral dat mensen geïnspireerd raken in de winkel. Een klant wordt niet direct warm of koud van een gloednieuwe, strakke stoel. Maar zet een stoel neer waar al in geleefd is en je hebt letterlijk en figuurlijk een heel ander verhaal. In Shoe Traffic staat bijvoorbeeld een kappersstoel waar de asbakjes nog in de leuning zitten. En een model van een F1-vliegtuigje dat ik in Antwerpen op de kop tikte. Dat hangt nu in de kinderhoek. Klanten staan toch even stil om ernaar te kijken en dan kun je er een

mooi verhaal bij vertellen. Het zijn juist dat soort elementen die mensen inspireren en die het kopen van een schoen in een ander perspectief plaatsen.”

Driehonderd gulden

Uit een glazen vitrine haalt Leeuwis een verveerd leren boekje tevoorschijn. Met potlood staan er wat cijfers en het jaartal 1939 in gekrabbeld. Het is het kasboekje van grootvader Fop Leeuwis die meer dan tachtig jaar geleden aan de basis staat van het familiebedrijf Panterhuis Leeuwis Schoenen. Met driehonderd geleende gulden van oom Tinus, starten hij en zijn vrouw Teuntje in 1934 een eigen schoenmakerij in Meerkerk. De zaken gaan goed, de familie verhuist naar het Utrechtse Zuilen en de schoenmakerij wordt uitgebreid uit met de verkoop van pantoffels en rubberen laarzen.

Koppigheid en handelsgeest

In 1973 opent de eerste Panterhuisschoenenwinkel in Vianen. In de jaren '70 doet ook Rutgers vader, de tweede generatie, zijn intrede in het familiebedrijf. “Mijn opa en mijn vader werkten hard, maar ze zorgden er altijd voor dat ze tijd overhielden voor andere dingen.” Een ongeschreven regel die Rutger Leeuwis altijd is bijgebleven. Als hij vijftien jaar is, overlijdt zijn opa. “Hij wist nog hoe je een schoen moet maken. Soms vertelde hij hoe dat ging, ook omdat ik er zelf meer van wilde weten. Het vakmanschap van de schoenmaker is door de generaties heen wat verwaterd. Maar mijn koppigheid en gevoel voor handel heb ik als derde generatie Leeuwis absoluut overgenomen.”

Geen half werk

Om zijn vier zaken op volle toeren te laten draaien, is Rutger Leeuwis continu op zoek naar inspiratie. “Het is niet altijd makkelijk om je te onderscheiden, vooral omdat je werkt vanuit een bestaand concept dat van generatie op generatie is overgedragen. In deze tijd kun je niet alles verkopen, je moet keuzes maken. De klanten uit mijn vaders generatie zijn nog gewend om een schoen te kopen van €50,-. Deze kun je echter niet zomaar neerzetten naast een schoen van €250,-. Een switch naar een ander, hoger segment kost tijd. We moeten rustig opbouwen. Maar als we ervoor gaan, dan doen we het ook goed. Dus geen nieuw likje verf op de muur, maar een complete verbouwing van A tot Z. Shoe Traffic is daar een mooi voorbeeld van.” Tijdens vakanties blijft Rutger met zijn werk bezig. In steden als Antwerpen, Berlijn of New York doet hij regelmatig ideeën op. Daarnaast neemt hij graag een kijkje buiten de schoenenbranche voor inspiratie. “Neem nou zo'n Schorem in Rotterdam. Die heren

hebben een duidelijk concept; het zijn barbieren in hart en nieren. En vrouwen mogen er niet naar binnen. Ze creëren hun eigen vaste klantenkring en dat is iets waar ik inspiratie uit haal. Ik vind het belangrijk om de samenwerking op te zoeken. Daar geloof ik in, ook binnen mijn eigen branche. Met leveranciers bijvoorbeeld, om afspraken te maken over flexibiliteit in de leveringen, ruilingen en nabestellingen. En met collega-retailers door gezamenlijk in te kopen. Als je samenwerkt is het belangrijk dat je elkaar wat gunt. Daarin kun je juist het verschil maken.”

Reuring in de winkels

Persoonlijke service is ook een manier om je te onderscheiden. “Natuurlijk, dat staat bij ons op nummer 1. Wij vinden het belangrijk om een band op te bouwen met onze klanten zonder dat ze het gevoel krijgen direct iets te moeten kopen. Maar dat is wat mij betreft vanzelfsprekend. Ons onderscheidend vermogen ligt denk ik vooral in de dynamiek van de winkels. We proberen ►

Wapenfeiten

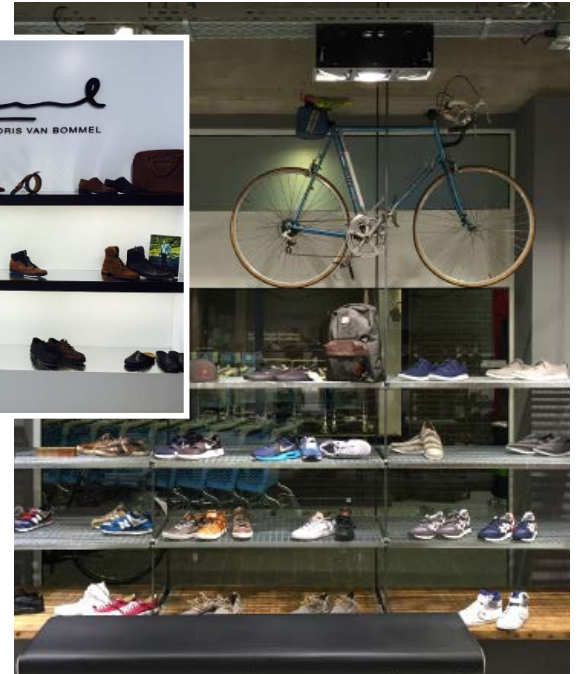
Het familiebedrijf Panterhuis Leeuwis Schoenen bestaat sinds 1934, eerst als schoenmakerij. In 1973 opent de eerste schoenenwinkel in Vianen, vier jaar later een filiaal in Driebergen. In 1981 volgt een derde vestiging in Leusden. Zes jaar daarna gaat Shoetraffic open in Leusden. Panterhuis verkoopt vrouwen-, mannen- en kinderschoenen met merken als Floris van Bommel, Giga, Nike, Nubikk, Paul Green, Shabbies en Shoesme. Er werken 26 medewerkers. In 2009 neemt Rutger de zaak over samen met zijn zus. In 2014 gaat hij alleen verder.

www.panterhuis.nl



▲ De Floris van Bommelwand in de vestiging in Vianen; Panterhuis werkt nauw samen met het merk.

◀ De grote fotoplaat achter de vintage kappersbank kocht Rutger tijdens een vakantie in New York, een van de steden waar hij graag komt om inspiratie op te doen.



▲ In Shoe Traffic in Leusden hangt de oude racefiets van Rutgers vader aan het plafond.

bewust niet alles uit Cast in Nieuwegein te halen, maar verder te kijken. Naar nieuwe - nog onbekende - merken en branchevreemde producten zoals zonnebrillen en sjaals. De consument weet wat hij wil. Je kan niet meer even iets proberen zonder dat je er honderd procent achterstaat. Dat is hard werken, maar het houdt je ook scherp." Nieuwe samenwerkingen zorgen ook voor reuring in de winkels. Leeuwis: "We organiseren regelmatig evenementen in de zaak. Pas geleden nog, samen met een lokaal cateringbedrijf. De eigenaar serveerde hapjes en drankjes bij ons voor de deur. We nodigden allebei onze klanten uit en die werden de hele avond in de winkel getraakteerd op lekkernijen. Op deze manier gebeurt er wat in je zaak. Mensen praten erover. Als lokale ondernemers gun je elkaar wat en je klanten doen dat ook. We hebben die avond een mooie omzet gedraaid."

Winkel als merk

Panterhuis heeft nog geen webshop. Wel is het bedrijf aangesloten bij het e-commerceplatform www.winkelstraat.nl. "Je had vroeger een prijsbewuste klant. Die zag je dan altijd tijdens de opruiming. Nu zoekt de klant op internet naar de beste deal. Een e-commerceplatform als Winkelstraat.nl past goed bij ons omdat het zich focust op een high-end en modebewuste consument. Daarnaast

is het voor ons een goede tool om uit te vinden welke schoenen online wel werken en welke niet. We krijgen zelden iets teruggestuurd en dat is natuurlijk een mooie basis om vanuit verder te werken voor onze eigen webshop. Ik geloof dat

je als winkel prominent aanwezig moet zijn op internet, ook als je niet bent aangesloten bij een e-commerceplatform. Over vijf jaar willen wij met Panterhuis de winkel als merk hebben neergezet. Met het internetverhaal verweven in de

fysieke winkels, en met behoud van het hoge serviceniveau voor onze klanten zoals ze dat van ons gewend zijn." 🐾

Anderen over Panterhuis

Bea van Alphen

verkoopmedewerker bij Panterhuis

"Acht jaar werk ik inmiddels bij Panterhuis en het is een ontzettend leuk bedrijf. Ik werkte er een jaar toen Rutger eigenaar werd. Sindsdien heeft de zaak een ontwikkeling doorgemaakt en is moderner geworden. Dat zie je aan de aankleding en aan het assortiment. Ik werk al jaren in de schoenenbranche en ja, je merkt dat ook de klant veranderd is - vooral in hun online koopgedrag. Bij Panterhuis ervaar ik echter ook dat ze bewust bij ons kopen omdat ze het ons gunnen. En dat maakt dit werk extra waardevol."

Derek Hazenberg (27)

klant bij Panterhuis

"Ik woon zelf in de stad Utrecht, maar ga voor schoenen altijd naar Panterhuis in Vianen toe. Het familiegevoel is er duidelijk merkbaar. Dat voel je aan de persoonlijke benadering, de ontspannen sfeer en de vrijheid om te kunnen winkelen zonder de druk te voelen van een verkoper. Daarnaast is het fijn om te weten dat ik bij Panterhuis altijd wel kan slagen. Rutger heeft een uitgebreide collectie die altijd up-to-date is. Waarom zou ik ergens anders kopen met het risico dat ik misgrijp, als ik hier alles kan vinden wat ik nodig heb?"

Nick Tollenaar

accountmanager Floris van Bommel

"De samenwerking met Panterhuis is prettig. We houden elkaar continu op de hoogte van de cijfers en sturen bij waar nodig. Zo heeft Van Bommel een dealerwebshop waarin een groot scala aan artikelen per paar kan worden besteld. Als daar goed mee wordt gewerkt, valt er mooi rendement te behalen. Panterhuis maakt daar gebruik van en dat zien we graag. Daarnaast weet Rutger goed hoe hij ons merk moet presenteren. Laatst hebben we een visual over de muur geplaatst in één van de filialen. Je ziet die presentatie ook terug in de collectie die hij neerzet. Consistent, sterk en eigentijds."