Waarom SneakerRestore oude Nikes repareert

01-03-2018 11:10



De ambachtseconomie is een miljardenbusiness, maar boette jarenlang in aan populariteit. Inmiddels lijkt vakmanschap op de weg terug. Millennials willen met hun handen aan het werk én zoeken actief naar het stempel ambachtelijk, lokaal of authentiek. Deze week staan we stil bij drie jonge ondernemers die het aloude ambacht herontdekken en in een nieuw jasje steken. Vandaag: SneakerRestore.

Schoenmaker, blijf bij je leest. De 22-jarige Roel van Hoff uit Nijkerk heeft maar weinig met het spreekwoord, ook al is hij afgestudeerd aan de Dutch Shoe Academy. “Soms baal ik van het stoffige imago van het vak. Mensen denken bij een schoenmaker vaak aan een winkel die helemaal onder de lijm zit.” Als hij bij een schoenmaker in Amersfoort aan de slag gaat, pakt hij het direct anders aan. “Schoenen die gerepareerd zijn moet je perfect uitstallen, zodat je de uitstraling van een Louis Vuitton-winkel krijgt. Dat zijn winkels waar mensen een wow-gevoel van krijgen. Een moderne winkel zorgt misschien ook voor wat meer respect voor het vak, waardoor mensen sneller naar de schoenmaker gaan.”

De liefde voor schoenen zit er bij Van Hoff vroeg in. Al op de middelbare school verzamelt hij exclusieve Nike-

schoenen. Als zijn vader hem wijst op het vak van schoenmaker, is hij snel verkocht. In 2012 schrijft hij zich in voor de opleiding, om vier jaar later zijn eigen bedrijf op te richten. Als een van de eerste schoenmakers specialiseert hij zich in de reparatie van Nikes. Het resulteerde vorig jaar in de website SneakerRestore.nl, waar de opdrachten inmiddels binnenstromen. Van Hawaï tot Singapore: klanten van over de hele wereld vertrouwen Van Hoff hun kostbare stappers toe.

'Een moderne winkel zorgt voor wat meer respect voor het vak'

In Nederland is hij naar eigen zeggen de enige die de bovenkant en zolen van Nikes repareert. Daarnaast maakt hij handgemaakte schoenen. "Ik wil ernaartoe dat ik straks alleen nog maar handgemaakte sneakers maak. Vanuit SneakerRestore wil ik een eigen merk opzetten. Mijn doel is om sneakers in gelimiteerde oplagen op de markt te brengen."

Schoenen die hij allemaal zelf wil maken, ook al mag hij als leermeester anderen opleiden. "Maar in dit vak gaat het, zeker als je online actief bent, om perfectie. Als je dat niet levert, weet je netwerk snel dat je iets verkeerd hebt gedaan. En als ambachtsman is het lastig om iemand erbij te nemen. Ik houd het liever in eigen hand."

In het februarinummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij 'de comeback van het ambacht' en de gevolgen voor de traditionele spelers. Grote merken zijn bang dat hun producten niet in de smaak vallen van de nieuwe generatie. "Ze zien dat consumenten de ambachtelijke variant van hun producten. Ze willen lokale, handgemaakte producten die in kleine oplages worden gemaakt", zegt socioloog Richard Ocejo, auteur van het boek Masters of Craft: Old Jobs in the New Urban Economy. Klik hier om het artikel digitaal te lezen*. Nog geen member?* Kijk dan hier *voor meer informatie.*

Nick Möller