

V&B MAAKT HET PAUSELIJKE SERVIES



biesjes). Beide stijlen zijn volgens Nicolas Luc Villeroy in de meeste landen populair, alleen de voorkeur voor een favoriete kleur wisselt: „Hoe zonniger het land, hoe feller. Nederland houdt van wit.”

Innovatie

Eeuwenlang al is een bord een bord, een kopje een kopje. Tot halverwege de jaren 80 'strakte' in de mode kwam: veel wit, geen tierlantijnen. „De noviteit toen was asymmetrie en vierkante of rechthoekige vormen.” Vanuit die trend ontwikkelde V&B toch een nieuwigheid: NewWave, een kopje uit één stuk. Normaal bestaat dat uit twee delen: het kopje, en een oor dat aan het kopje wordt vastgebakken. Nu liet V&B met een slinger het oor uit het kopje komen. „Zowel een technische als een designinnovatie.”

Ook altijd succesvol door de eeuwen heen zijn de speciale collecties: Jugendstilpatronen, art deco, kerstservies en limited editions door ontwerpers als Kenzo, Joop en Colani. Villeroy: „En V&B maakt veel op bestelling van restaurants en hotels. Ook (vermogende) particulieren kunnen een collectie laten maken, met bijvoorbeeld het familiewapen. In Duitsland en Frankrijk gebeurt dat veel.”

Undjetzt?

V&B bestaat dit jaar 270 jaar en Villeroy ziet nog toekomst genoeg. „Werkgelegenheid creëren en behouden, het bedrijf digitaal klaarmaken voor de volgende generaties...”

Grote tegenstrever in het hogere segment is Groot-Brittannië, waar de wetgeving in het voordeel werkt van Britse merken als Wedgwood en Royal Albert. Daarnaast moet V&B het opnemen tegen goedkoop spul dat voor een habbekrats bij Blokker of Action te koop is. De belangrijkste concurrentie komt van de imitatie-industrie uit China, die soms

FAMILIES KUNNEN HUN EIGEN SERVIES LATEN MAKEN

wegkomt met overtredingen op milieu- en sociale wetten of de werknemers lage lonen betaald. En dat terwijl Boch en Villeroy ooit met elkaar in contact kwamen omdat beiden zulke goede voorzieningen troffen voor hun personeel, en 'uitvinder' Boch eeuwen geleden al de van CO₂ vergeven fabrieksuitstoot recyclede.

Die milieubewuste productie is iets waarmee V&B zijn toekomst bestendigt: helemaal van deze tijd. De oude fabrieksabdij heet nu Factory No. 09 en huisvest het hypermoderne 'groene' hoofdkantoor. Met een V&B-museum, een outletstore, het familiekesteel én nauwe betrekkingen met de afdeling toerisme van de gemeente Mettlach maakt Villeroy & Boch zich op voor een volgend jubileum. ■

Hoe het begon

■ Fransman François Boch is oorspronkelijk *bombardier du roi*, 's konings bommenmaker. Hij wil zijn zoons een veiliger toekomst bieden en begint een pottenbakkerij in het Franse Audun-le-Tiche. Het is 1748 en door de internationale scheepvaart wordt Europa overspoeld met hoogwaardig serviesgoed van hard en dun en mooi porselein. Boch is ook wetenschapper en vogelt uit hoe hij goedkoop tafelgerei kan produceren. Luxemburg is de belangrijkste afzetmarkt en in 1767 verhuist het bedrijf naar Septfontaines, in Luxemburg. ■ In 1809 vestigt de derde generatie

Bochs het bedrijf in Mettlach. Kleinzoon Jean-François koopt een abdij om de fabriek te huisvesten. Een rivier werkt als aan- en afvoerroute, en er zijn kolenmijnen. ■ In 1836 fuseert Bochs bedrijf met dat van Nicolas Villeroy, een Duitse keramiekkraanfabrikant die de productie moderniseert door zijn ovens met kolen te stoken. ■ Anno 2018 is Villeroy & Boch verkrijgbaar in 125 landen. Er zijn productiefabrieken in Mexico, Thailand en twaalf Europese landen (waaronder een in het Nederlandse Roden). Wereldwijd telt V&B 8099 werknemers, waarvan 1200 in Saarland (Duitsland).