

DONSDEKENFABRIKANT FJA-OEYEN MOL ZWEERT
AL RUIM 60 JAAR BIJ AMBACHTELIJKE PRODUCTIE

Donsdekenen met een pluim

Fja-Oeyen Mol maakt al zestig jaar handgemaakte donsdekenen. Het familiebedrijf houdt vast aan kleinschalige, lokale productie. "Wij produceren geen 2000 dekenen per jaar, maar ik kan al mijn klanten recht in de ogen kijken."

TOM MONDELAERS, FOTOGRAFIE THOMAS DE BOEVER

We zouden perfect een fabriekje voor massaproductie kunnen opstarten in het buitenland. Want niet iedereen heeft het budget voor een handgemaakt donsdeken. Maar zolang zoiets niet moet, houden we vast aan de topkwaliteit waar we om bekendstaan." Flip Oeyen (24) kreeg zijn passie voor dons met de paplepel ingegeven. "Thuis werd constant over dons gesproken. Mijn broer en ik waren ook altijd sterk geïnteresseerd in economie. En dan bedoel ik niet cursussen blokken, maar de handen uit de mouwen steken. Als er voor school een minionderneming opgestart werd, waren wij er als eersten bij. Dat hebben we altijd gehad: veel buikgevoel en geen angst om uren te kloppen. Hebben we tijd over, dan beginnen we aan iets anders."

Met die werkersmentaliteit vertegenwoordigen Flip en Rik (25) Oeyen de vierde generatie van het familiebedrijf Fja-Oeyen Mol, dat eind vorig jaar het Handmade in Belgium-label ontving van Unizo. "Het is fijn dat ze ons verhaal opmerken", vertelt An Lodewijckx, die samen met haar man Piet Oeyen de zaak leidt. "Als klein bedrijfje is het moeilijk opboksen tegen de grote

spelers met hun enorme reclamebudgetten. Het enige wat wij kunnen doen, is wijzen op onze uitzonderlijke aanpak. In kwaliteit hebben we geen concurrentie. Wie daar oog voor heeft, is onze klant."

Alleen het beste

Het klinkt vreemd in deze innovatiegedreven tijden, maar het productieproces van Fja-Oeyen Mol is in zestig jaar nauwelijks veranderd. De stoffen bekleding wordt op maat geknipt en gestikt in lange, doorlopende banen over de volledige lengte van het deken. Die banen worden vervolgens gevuld met dons dat in grote blauwe zakken geleverd wordt. Het voordeel van de lange banen is dat het dons kan circuleren, waardoor het beter ventileert."

Een deken van Fja-Oeyen Mol van 240 op 220 centimeter, gevuld met zuiver dons, kost 1395 euro (incl. btw). Voor die prijs wordt het aan huis geleverd. "We laten mensen altijd het vulgewicht zien en geven het dons in hun hand", zegt Flip Oeyen. "Een donsdeken koop je niet op papier, dat moet je vastpakken. Ik begin nooit met de technische uitleg, maar vraag klanten eerst het materiaal vast te nemen en te zeggen wat ze ervan vinden. Voelen ze

PIET OEYEN EN AN LODEWIJCKX (midden)
"We proberen mensen al jaren duidelijk te maken dat kwaliteitsdons alleen afkomstig is van dieren die goed behandeld worden. Je kan geen kwaliteit leveren met dieren die onder stress staan."

geen verschil, dan moeten ze een synthetisch deken kopen. Voelen ze wél een verschil, dan praten we verder. Geen vijf minuten maar een half uur, tot ze mee zijn met ons verhaal."

De rode draad in dat verhaal is kwaliteit. De twaalf medewerkers werken alleen met de allerbeste materialen. "Wij hebben geen twintig leveranciers", zegt An Lodewijckx. "Er zijn er veel die proberen, maar alleen het beste is goed genoeg. We halen ons dons vooral in Duitsland. Daar zitten de grootste specialisten, die het dons wassen, hygiënisch prepareren en sorteren volgens uiteenlopende kwaliteiten."

Regelgeving en dierenwelzijn

Toen de Europese Unie de donspluk bij levende ganzen verbodde, zag het familiebedrijf zijn kosten zwaar stijgen. "Vroeger werd dons gewonnen tijdens de ruifperiode van de gans, die uiteindelijk zes ➤



➤ of zeven jaar oud werd”, zegt An Lodewijckx. “Daar kwam geen dierenleed bij kijken, want losse dons kan je makkelijk wegplukken, net als de haren van een kat die ruift. De meeste bedrijven gingen fatsoenlijk met hun dieren om. Ze waren tenslotte hun broodwinning. Maar er waren ook piraten op de markt, en daarom reageerde de politiek zoals altijd: omdat ze de markt niet kon controleren, werd levend plukken verboden. Sindsdien wordt elk dier gedood, waardoor de prijs van hoogkwalitatief dons met 40 procent gestegen is.”

“Ik probeer mensen al jaren duidelijk te maken dat kwaliteitsdons alleen afkomstig is van dieren die goed behandeld worden. Je kan geen kwaliteit leveren met dieren die onder stress staan. Let er maar eens op hoeveel haren je hond of kat verliest in de auto onderweg naar de dierenarts. Ook dieren in een opgesloten omgeving, voor de vleesindustrie, zijn niet geschikt. Goede dons krijg je alleen als de ganzen buiten leven en zich moeten verweren tegen de koude.”

45.000 actieve klanten

Fja-Oeyen Mol stond jarenlang vaak op beurzen in Vlaanderen. “Die aanpak werkte altijd uitstekend”, weet Flip Oeyen. “Mensen kwamen naar een beurs om te kopen en waren teleurgesteld als ze niks hadden gevonden. Maar de kwaliteit van beurzen is zwaar achteruitgegaan. Je ziet vooral toeristen die niet eens de moeite doen zich te informeren. Om die reden staan we nog op slechts een drietal beurzen, tegenover twintig vroeger.”

Om de dalende verkoop via beurzen te compenseren, opende het bedrijf in 2012 een tweede filiaal in Antwerpen. Daardoor steeg de omzet in 2013 met 8 procent tot 1,3 miljoen euro. Onder impuls van de jongste generatie investeert het bedrijf nu ook meer in reclamecampagnes en onlinecommunicatie. “Maar mond-tot-mondreclame blijft voor een exclusief product als het onze toch het belangrijkste. Wij produceren geen 2000 donsdekens op jaarbasis. Maar zo’n deken koop je wel voor het leven. En omdat het om de zes à acht jaar gewassen moet worden, hebben we in de loop der jaren een database uitgebouwd met 45.000 actieve klanten over heel het land. Die kunnen we allemaal recht in de ogen kijken. Voor elk deken

OORLOG EN CONFECTIE

De ingrijpendste evolutie in de geschiedenis van Fja-Oeyen Mol, was de overstap van het kleermakersbedrijf naar donsdekenfabrikant. “Mijn overgrootvader Frans Jozef Albert (vandaar de naam Fja-Oeyen, *nvdr*) was kleermaker. Tijdens de oorlog werd hij overgebracht naar Duitsland om kostuums te repareren”, vertelt Flip Oeyen. “Daar sliep hij op een met pluimen en stro gevulde zak, zijn eerste contact met dons. Zijn zoon Gust, die gestopt was met school om de zaak draaiende te houden, groeide intussen

uit tot rasechte verkoper.” Die combinatie ligt aan de basis van het naoorlogse succes van Fja-Oeyen Mol. In de jaren vijftig kwam de doorbraak van de geautomatiseerde productie van confectiekleding, waardoor het beroep van kleermaker al snel op de helling stond. Albert en Gust zochten een nieuwe broodwinning in de productie van donsdekens. Albert beschikte over de technische vaardigheden, terwijl Gust een uitgebreid netwerk opgebouwd had onder kapitaalkrachtige middenstanders. An

Lodewijckx: “De eerste dekens werden verkocht op de kermis van Millegem, hier vlakbij. Ook toen al kregen ze elk een uniek nummer. En nog altijd maken de zonen er een sport van tussen de dekens die binnenkomen voor de was te zoeken naar nummers onder de 1000, uit die vroegste periode. Dat zijn de zaken waarover gediscussieerd wordt bij echtscheidingen! Nog een geluk dat wij zo’n deken dan in tweeën kunnen delen. Het gebeurt ook andersom: dat we een deken vergroten als iemand gaat samenwonen.”



“Over onze dekens wordt gediscussieerd bij echtscheidingen”

dat buiten gaat, zijn wij persoonlijk verantwoordelijk. En bij het wassen achteraf, vullen we elk deken exact bij tot op het originele gewicht, met de oorspronkelijke notities in de hand. Als ik een klacht krijg, ben ik daar echt niet goed van. Dat is het verschil met een grote multinational. Daar sta je als consument nergens. Maar er is een kentering aan de gang. Mensen zijn het beu om met hun rug tegen de muur te staan in geval van problemen”, aldus An Lodewijckx.

Familiale ruggengraat

Naast Rik en Flip Oeyen, zijn ook Toon (23) en Mieke (21) stilaan klaar om in het bedrijf te stappen. “Wij hebben altijd met één gezin van dit bedrijf geleefd, maar als ze met zijn vieren in de zaak willen stappen, zit er niets anders op dan te groeien”, zegt An Lodewijckx. “Dat lijkt almaar meer haalbaar. We hebben gouden personeel en de familiale ruggengraat om op terug te vallen, zeker als de jongste kinderen ook aan boord komen.”

“Het product laat het in elk geval toe”, zegt Flip Oeyen. “Maar we willen zeker het familiegevoel bewaren. Voorlopig denken we vooral aan een extra verkoopfiliaal. In West-Vlaanderen misschien. Maar export naar het buitenland is evengoed mogelijk. Onze leveranciers zeggen dat we daar absoluut niet bang voor hoeven te zijn. De kwaliteit die wij brengen, komen ze nergens anders tegen.”

Toch denken ze er niet aan hun productie te verhuizen. “Dat is geen optie”, stelt An Lodewijckx resoluut. “Voor een eigen productievestiging in het buitenland zijn onze aantallen te klein. En om de productie uit te besteden, is kwaliteitscontrole te belangrijk. Het gebeurt dat we de productie gewoon stopzetten en het aangeleverde dons terugsturen. We hebben ons geld terug vooraleer het dons weg is. Dat kan alleen als je er voortdurend met je neus op zit en heel goede relaties onderhoudt met leveranciers. Daarom proberen we deze manier van werken zo lang mogelijk aan te houden.”