

# Nieuw gezicht



‘Op mijn pumps kun je twee keer zo lang lopen. Ik zeg altijd: ervaren is geloven’

**Bianca Blom** (33) ontwierp een stijlvolle pump waarop je volgens haar wél lekker kunt lopen en zette haar schoenenmerk Linja Shoes zelfverzekerd en doelgericht in de markt.

TEKST: WILKE WITTEBROOD  
FOTO: RINK HOF

Vrouwen hebben een haat-liefdeverhouding met hoge hakken, zegt ondernemer Bianca Blom (33). “Je wordt er langer en slanker van, gaat mooier staan en komt krachtiger en zelfverzekerder over. Maar na een tijdje gaan ze pijn doen. Tot je ze wel uit móét trekken.” Op haar Linja’s kun je twee keer langer lopen, claimt ze, en dat zonder in te leveren op stijl. De hak is tien centimeter, maar voelt volgens haar niet zo. “Tegen mijn klanten zeg ik altijd: ervaren is geloven.”

## Italianen

Blom wilde al langer een eigen schoenenlabel beginnen. “Maar het moest wel iets toevoegen aan het bestaande aanbod.” Ze volgt een cursus ambachtelijk schoenmaken om meer te leren over het vak, maakt een sample met hulp van een orthopedisch schoenmaker en werkt dit verder uit met een productontwerper en een aantal Italiaanse schoenmakers. “Ik wilde de schoenen per se in Italië laten maken vanwege de kwaliteit en het ambacht.” Maar de Italianen maken het haar niet makkelijk. “Ze waren ervan overtuigd

De schoenensector is een echte mannenwereld, heeft Bianca Blom, oprichter van Linja Shoes gemerkt. “Er worden prachtige dingen gemaakt, maar mannen zijn niet degenen die erop moeten lopen.”

dat het onmogelijk was wat ik wilde, omdat het niet strookte met hun manier van werken.” Wat haar geheim precies is, daar wil ze weinig over kwijt. “Ik heb verschillende werelden op een goede manier samen weten te brengen. De schoenensector is een echte mannenwereld, zeker aan de productiekant. Er worden prachtige dingen gemaakt, maar mannen zijn niet degenen die er uiteindelijk op moeten lopen.” Daarom richt ze een co-creatiegroep van vijftien vrouwen op, om mee te brainstormen en zaken naar terug te koppelen. Na twee jaar en negen samples is ze tevreden over het eindresultaat.

## Partnerships

Na de lancering in juni 2015 wordt Linja opgepikt en aangeprezen door onder andere Marie Claire, Telegraaf Vrouw en RTL Z. Voor Blom zijn die publicaties essentieel. “Vrouwen geloven mijn claim pas na bevestiging van derden. Sommige klanten volgen Linja al sinds de lancering, maar bestellen de schoenen pas maanden later.” Inmiddels mag ze presentator en sinds kort lingerie-

ontwerper Renate Gerschtanowitz en Vivienne van Eijkelenborg (Zakenvrouw van 2016, red.) tot haar fans rekenen. “Twee totaal verschillende vrouwen, maar beiden ambitieus, slim, leuk en succesvol. Vrouwen waar mijn doelgroep – carrièrevrouwen van 30+ – zich mee verbonden voelt.” Het label wordt verkocht via de eigen webshop en exclusief bij conceptstore X Bank in Amsterdam. Blom: “Bewust niet in schoenenwinkels. Zet Linja in een rek met schoenen neer en het is gewoon een mooie zwarte pump. Het merk komt dan niet tot zijn recht.” Ze zoekt het vooral in samenwerkingen waar alle betrokken partijen baat bij hebben. Zoals een partnership met Shesuit en Pakkend Maatwerk, die (zakelijke) couture op maat maken en hun klanten zo een totaalplaatje kunnen bieden.

## Musthave

De Linja-pump moet de ‘little black dress’ in de schoenencollectie van iedere vrouw worden, zegt Blom. “De basiscollectie is en blijft zwart, al zal ik af en toe ook een kleur toevoegen in limited edition.” Dit najaar start ze een campagne via crowdfunding-website Kickstarter, waar klanten kunnen intekenen op een nieuw model. Een sexier variant ditmaal, die naar kantoor en onder een galajurk gedragen kan worden. “Nu media en gebruikers hebben bevestigd dat mijn schoenen echt doen wat ze beloven, kan ik het proces omdraaien. Eerst de orders, dan de schoenen.” 🐦

[www.linjashoes.com](http://www.linjashoes.com)