

Він був простим чоботарем і терпляче відкладав гроші. Лише до 50 років, зібравши достатньо коштів, він розпочав власну справу. Історія бренду Timberland.

Продукція фірми Timberland, особливо її жовті черевики, відома у всьому світі. Заснував всесвітньо відому фірму Натан Шварц. Він народився в 1902 році в Одесі. Батько його був чоботарем з невеликим достатком. Напередодні Першої світової війни його батьки вирушили на пошуки кращого життя в США і оселилися в Бостоні.



Слідуючи по стопах батька, юний Натан теж освоїв ремесло чоботаря. У 16 років він влаштувався підмайстром в крихітну майстерню. Там Шварц кроїв шкіру, вирізав устілки, шив взуття, терпляче заробляючи і відкладаючи гроші. Лише до 50 років Натану вдалося зібрати достатньо коштів, щоб почати власну справу. У 1952 році він викупив половину акцій нікому не відомої компанії The Abington Shoe Company з однойменного міста в Алабамі.



Вже через три роки Натан Шварц викупив компанію повністю. Справи фірми йшли непогано, але спочатку вона нічим не виділялася серед великої кількості собі подібних, роблячи типові черевики того часу. Так тривало довгих 10 років, проте глава підприємства не сидів склавши руки.

Шварц і його сини щодня ламали голову над тим, як зробити ідеальні черевики. Вони мріяли створити водонепроникне взуття, але традиційні технології того часу не дозволяли це зробити. Доводилося експериментувати і придумувати способи вирішення проблеми.



Корінний перелом стався тоді, коли на скромній мануфактурі Шварца придумали технологію безшовного з'єднання гумової підошви з шкіряним верхом за допомогою спеціального преса. Тепер можна було ходити по дрібних калюжах, не боячись, що черевики моментально промокнуть. Справи фірми пішли в гору, але Натан і не думав спочивати на лаврах, а продовжував думати над тим, як поліпшити продукцію і зробити «гарантовано непромокні черевики».



«Мені було тоді десять років, – згадує Джеффрі Шварц, нинішній власник бренду Timberland і онук Натана. – Мій батько весь час пропадав на фабриці, і в будинку постійно йшли розмови про те, як же зробити черевики Timberland непромокними, як вичинити шкіру. Про те, що бавовняні нитки не підходять і потрібні нейлонові, що шви повинні бути еластичними, але міцними, тому їх треба зробити потрійними. Про те, що клепки, куди вставляються шнурки, повинні бути металевими, але не залізними, щоб вони не заіржавіли від води. І ось, нарешті, настав той історичний момент, коли батько приніс додому ці перші черевики Timberland. Мій брат вигукнув: «Я ні за що такі не одягну. Вони ж жовті!» Вирішуючи нагальні виробничі проблеми, ніхто навіть не подумав про кольорі».



Як би там не було, але саме в цьому колірному рішенні черевики бренду Timberland є експонатом Лондонського музею дизайну, а традиційно мазкий колір став вдалим маркетинговим ходом і візитною картою бренду. На світлій шкірі було зручно демонструвати переваги товару: будь-який бруд на ній помітний, а після миття ефектно зникає.

Слава про жовті черевики стрімко розлетілася по світу, і відтепер цей колір став міцно асоціюватися з маркою Timberland. У 1978 році The Abington Shoe Company була перейменована в Timberland Co. А через 10 років компанія розширила виробництво, почавши випускати не лише взуття, але і одяг.



Сьогодні Timberland – глобальна компанія зі штаб-квартирою в Бостоні (США). Головний офіс європейського представництва знаходиться в Лондоні, азіатського – в Токіо.

«Для мене бізнес – це глибоко особисте. Тому що Timberland – це наш сімейний бізнес. Мій батько на фабриці міг працювати на будь-якому обладнанні. Навіть коли мав вільний час, він смакував в руках шматочок шкіри, думаючи, як зробити її якість краще. Тому можна сміливо сказати, що в нашу справу вкладена душа» – говорить Джеффри Шварц.