**Dostat se mimo zeď**

**Původně mělo jít o boty pro jachtaře. Dnes by byl zázrak, abyste ve větším městě do pár minut nepotkali člověka, který na sobě má tenisky Vans. Značka přitom za půl století prošla mnoha strastmi.**

Skejťáci by mohli vyprávět, kolik pádů a odřenin museli překousnout, než si na prkně začali být trochu jistí. Stejně tak The Van Doren Rubber Company, jejíž název byl později zkrácen na Vans, neměla vždy na růžích ustláno. Spolu s dvěma společníky ji v kalifornském Anaheimu před 51 lety založili bratři Paul a Jim Van Dorenovi. V prodejně zvané „House of Vans“ se jejich plátěné boty s typickou „vaflovou“ gumovou podrážkou zároveň vyráběly.

„Pro to, abychom získali zákazníka, jsme dělali všechno. Pokud někdo měl jednu nohu osmičku a druhou devítku, zkrátka jsme mu prodali jeho velikost na každou nohu, aniž bychom požadovali příplatek,“ vzpomíná Steve Van Doren, syn spoluzakladatele Paula, který ve firmě začal pracovat v deseti letech a v roce 1976 převzal po otci její vedení.

Fronty před obchodem rostly, a tak se majitelé rozhodli otevřít další pobočky. Šest z deseti prodejen však prodělávaly. Když Paulu Van Dorenovi účetní doporučil, aby je zavřel, udělal přesný opak - otevřel ještě více poboček. „Jeho logika byla taková, že čím víc bot bude vyrábět, tím nižší budou náklady,“ vysvětluje Steve Van Doren, nyní viceprezident firmy. V první dekádě se společnost taktak držela nad vodou. Potom se objevili skateboardisti.

**Vans a Legendy z Dogtownu**

Ve skejťáckém žargonu zněla jedna z obdivných frází: „Did you see that guy off the wall?“. Značka Vans část této věty adoptovala, claim „Off the Wall“ najdete na patě každé její boty a využívá ji také v marketingu. K tomu ale došlo až poté, co se polovině sedmdesátých let mezi skateboardisty rozkřiklo o jisté botě, která vydrží i ježdění v bazénu, jež se tehdy dostávalo do módy. O tomto období pojednává slavný film Legendy z Dogtownu, který sleduje osudy zakladatelů moderního skateboardingu kolem Stacyho Peralty a Tonyho Alvy. Právě tuto dvojici začal Vans sponzorovat.

Masivní úspěch se však dostavil až v roce 1982 díky filmu Fast Times at Ridgemont High, respektive díky postavě v podání Seana Penna, který si vynutil, že bude nosit nazouvací tenisky s šachovnicovým vzorem. Ty šly vzápětí na dračku a obrat společnosti se díky tomu meziročně zdvojnásobil z 20 na 45 milionů dolarů. Ukázalo se však, že tento boom v důsledku společnosti spíše uškodil.

**Boty na seskok padákem**

Díky vyšším příjmům začala firma prodávat boty na break-dance, na basketbal, nebo dokonce na seskok padákem. „Všechny zisky jsme použili na zkoušení nových věcí. Dopadlo to tak, že jsme měli produkt, který nikdo nechtěl. Byla to dvousečná zbraň,“ uznává Doug Palladini, generální manažer pro Severní Ameriku. V roce 1984 podala společnost návrh na bankrot.

Banky požadovaly likvidaci, avšak soudce svolil, aby Paul Van Doren předložil každých šest týdnů splátkový kalendář. Firma nemohla po dobu tří let zvyšovat platy, zaměstnanci si dokonce prý museli nosit z domu vlastní tužky. V roce 1988 pak Paul a ostatní partneři odešli do důchodu, když dostali nabídku od investiční společnosti McCown De Leeuw & Co. – 74 milionů dolarů nemohli odmítnout. O tři roky později se značka Vans objevila na burze.

V devadesátých letech začala společnost znovu růst, když se opět zaměřila zejména na skateboarding a expandovala také na hudební scénu. V roce 1995 se Steve Van Doren rozhodl spojit se vznikajícím putovním punk rockovým festivalem Warped Tour, který o šest let později pak celý festival společnost koupila.

**Chceme být globální**

V roce 2004 firmu za necelých 400 milionů koupila korporace VF, která ujistila vedení včetně Stevea Van Dorena, že může nadále fungovat samostatně. Do té chvíle byla Vans stále kalifornská značka. V dalších surf a skate obchodech po celé zemi byste je našli někde v zaprášeném rohu. Další cíl byl jasný: dostat se do globálního povědomí.

Firma přestala vyrábět modely, které se neprodávaly, a začala se zaměřovat na své čtyři pilíře: umění, hudbu, akční sporty a street culture. Spojila se s Disney, Star Wars, Simpsonovými nebo Beatles a vytvořila speciální edice. S finančním zázemím od VF zvýšila značka své retailové aktivity, celosvětově má nyní přes 700 prodejen, vloni dosáhla obratu 2,3 miliardy dolarů. A i přesto Steve Van Doren hovoří o byznysu, který zaměstnanci dělají od srdce. „Nejsem prezidentem ani majitelem společnosti, ale řekni mi, že firma není mou součástí, a budu s tebou muset hodit o zeď,“ naráží na dnes už slavný claim značky.

**Číslo:**

396 milionů dolarů – za tolik v roce 2004 koupila korporace VF, do jejíhož portfolia patří např. The North Face či Wrangler, značku Vans

**Citace:**

„Pro to, abychom získali zákazníka, jsme dělali všechno. Pokud někdo měl jednu nohu osmičku a druhou devítku, zkrátka jsme mu prodali jeho velikost na každou nohu, aniž bychom požadovali příplatek.“

Steve Van Doren, vice president of events and promotions, Vans

**Popisek:**

Legendární skateboardiast Tony Alva byl jedním z prvních sportovců, které značka Vans začala v 70. letech sponzorovat.