

een idee wordt werkelijkheid

Op 1 oktober 1895 legde Fritz Pannier, toen 28 jaar oud, met eigen middelen de eerste steen voor het huidige bedrijf. De kinder- en jeugdschoenenfabriek FRITZ PANNIER werd opgericht. De droom van een jongere was werkelijkheid geworden.

Een oplettende lezer zou zich op dit punt kunnen afvragen waarom het vijftigjarig jubileum in 1958 zou worden gevierd, aangezien dit jubileum al in 1945 had moeten plaatsvinden. De legitimiteit van deze vraag kan niet worden ontkend. Hier kunnen twee visies naar voren worden gebracht. Het is waar dat het bedrijf FRITZ PANNIER in 1895 werd opgericht en daarom zou je redelijkerwijs kunnen zeggen dat dit bedrijf vandaag de dag 63 jaar bestaat. Omdat Fritz Pannier echter van 1896 tot 1908 niet de enige eigenaar van het bedrijf was, maar banden had met Gustav Hoffmann, wat hier later zal worden besproken, kan men net zo goed het jaar 1908 als het jaar van oprichting beschouwen. , sindsdien is de fabriek altijd familiebezit gebleven.

In 1895 begon Fritz Pannier als schoenenfabrikant.

De productie van zijn bedrijf bedroeg ongeveer 2.000 paar per week. Aanvankelijk maakte hij handgedraaide kinderschoenen.

Wie kent er tegenwoordig nog handgedraaide schoenen? Zelfs hun mechanische productiemethode wordt in landen met een hoogontwikkelde schoenenindustrie niet meer toegepast. En toch konden met dit ontwerp, dat sinds de jaren dertig volledig is vervangen door gelijmde schoenen, bijzonder zachte schoenen met flexibele zolen en buitengewoon lichte schoenen worden gemaakt. Bij het maken van de gedraaide schoen werd het bovenwerk omgedraaid (gedraaid). Het bovenleer en de voering zijn rechtstreeks op de buitenzool genaaid, die eerder aan de vleeszijde was gescheurd. Na het naaien kwam de schoen als laatste los en werd

Kinder- und Jugendschuhe um die Jahrhundertwende



1895 — 1905

draaide zich weer om. Nadat het binnenste gedeelte geëgaliseerd was, werd de dekkende binnenzool op zijn plaats gelijmd.

Hoewel Fritz Pannier aanvankelijk vasthield aan dit conventionele ontwerp van kinderschoenen, vormden de vormen die hij zijn schoenen gaf een virtuele breuk met alles wat conventioneel, traditioneel en vertrouwd was.

Voor het eerst in Duitsland werden kinderschoenen gemaakt op basis van nieuwe leesten ontwikkeld door Fritz Pannier, die grotendeels rekening hielden met de kenmerken van de jonge voet in termen van vorm en snit, die de tenen beschermden tegen zijdelingse druk, waardoor de voet bewegingsvrijheid in de schoen, die de natuurlijke verdere ontwikkeling van de kindervoeten niet langer belemmerde. De brede, voetvriendelijke kinderschoenvorm, waaraan de hele wereld inmiddels gewend is geraakt als een "vanzelfsprekende" basisvorm, was Fritz Pannier die deze als eerste in het land bedacht en creëerde. .

"Het is een geluk voor onze hedendaagse jeugd dat er altijd mannen zijn geweest en altijd zullen worden gevonden die, uit pure kennis van een feitelijke situatie, bereid zijn om volledig nieuw terrein te betreden; Pioniers die de weg naar vooruitgang openen en de opgedane kennis volhardend helpen om een doorbraak te bewerkstelligen, niet afgeschrikt door alle weerstand. En zo'n pionier in de ware zin van het woord, een pionier van de Duitse schoenenindustrie, was Fritz Pannier. Want laten we ons niet vergissen, er was veel moed voor nodig om het pad te volgen dat de oprichter van het bedrijf bereid was te volgen. Een wereld van vooroordelen en traditionele vormen, maar ook van gewoontes, staan een nieuw verlangen altijd in de weg."



1905 — 1912

Deze zinnen kon je een paar jaar geleden in een Noord-Duitse krant lezen. We hebben ze geciteerd omdat ze treffend tot uitdrukking brengen dat een baanbrekende prestatie niet alleen gebaseerd is op het creëren van iets nieuws, maar ook op het implementeren van dit nieuwe.

Iedereen die gewend is in het leven beslissingen te nemen en uit te voeren die onderhevig zijn aan kritiek en voorspellingen, weet dat de hoopvolle gedachte altijd is beantwoord door het onverbidde 'onmogelijke'.

"Bodemloze plannen", "breed veld", "generieus denken, maar niet realiseerbaar" zijn de sleutelwoorden van alle onproductieve bezwaren. Je moet je alleen afvragen op welke emotionele toon van het horen van sterke en goede dingen de wereld in kan komen. Alleen met algemene goedkeuring zeldzaam; omdat bijna iedereen het alleen eens is met datgene waarmee ze vertrouwd zijn. Bepaalde minachtende oordelen zijn dus altijd de groet van de wereld aan het goede geweest, en iedereen die het bracht, heeft het ervaren.

Fritz Pannier had deze ervaring ook. De kinderschoenen die hij maakte met hun brede voorkant en de vreemde zoolsnede waren qua uiterlijk zo anders dan de schoenen die voorheen op de markt verkrijgbaar waren, ze waren zo modieus uit de pas gelopen dat het een gigantische inspanning kostte om de traditionele kopers te bestormen en consumentengewoonten, om retailers en consumenten deze nieuwe kinderschoenen te laten herkennen.

Fritz Pannier werd destijds vergeleken met een man die met een normaal horloge naar een stad komt, de lokale klokken lopen tien minuten achter, en die vervolgens de taak heeft iedereen in de stad ervan te overtuigen dat hun klokken niet kloppen. Een dergelijke taak zou niet eenvoudig op te lossen moeten zijn.

En toch: Fritz Pannier was overtuigend. Hij overtuigde mensen sneller dan wie dan ook had kunnen verwachten dat de schoenen die hij had vervaardigd een radicale vooruitgang betekenden, dat ze gezonder waren voor de voeten en dat jonge mensen ze liever droegen dan schoenen met de oude vormen. De kopers overwonnen hun neiging voor het vertrouwde, het oude, het traditionele, en de tijd naderde dat mensen lachten om de oude vormen en de nieuwe kinder- en jeugdschoenmodellen van Fritz Pannier als mooi, modern en modieus beschouwden.

Deze hier geschetste ontwikkeling strekte zich uiteraard over een lange periode uit en Fritz Pannier heeft er hard voor moeten vechten.

Met de toenemende bekendheid van de producten van Fritz Panniers werden ook de eisen aan de productiecapaciteit groter. Het was typerend voor de aard van Fritz Pannier dat hij het opbouwen van een groot bedrijf nooit als zijn hoofddoel zag. Dit wordt bewezen door zijn woorden:



Beursstand van de firma Pannier & Hoffmann

"Eerst nog betere kwaliteit met nog voetvriendelijkere vormen en daarna het bedrijf uitbreiden."

Fritz Pannier bleef zijn hele leven trouw aan dit principe, en Werner Pannier, zijn zoon en opvolger, week er niet van af en wijkt er ook niet van af. Opmerkelijk is dat dit principe naast het idee om de service aan jonge voeten boven alle verkoopoverwegingen te stellen, ook de overtuiging uitdrukt dat een stilstand in de verdere ontwikkeling van de schoenenproductie niet mag of zal plaatsvinden. Fritz Pannier zei vaak dat je nooit tevreden mag zijn met wat er is bereikt.

Wetenschap en technologie zijn voortdurend in beweging. Niets goeds dat mensen ooit hebben gedaan, kan op een dag niet worden verbeterd. Op onze lauweren rusten zou een achteruitgang betekenen en de vooruitgang belemmeren. Fritz Pannier was ervan overtuigd dat kinder- en jeugdschoenen voortdurend verbeterd, gecorrigeerd, aangevuld en geperfectioneerd moesten worden, zowel qua orthopedische aspecten als qua productiemethoden. En Fritz Pannier handelde volgens deze overtuiging,

rusteloos en rusteloos. In 1896 werd de eerste uitbreiding van het bedrijf noodzakelijk. Dit jaar nam Fritz Pannier zijn zwager Gustav Hoffmann als partner aan. Gustav Hoffmann, vijf jaar jonger dan Fritz Pannier, had zijn stage in een leerfabriek doorgebracht en werkte daarna in de zaak van zijn vader, die leer- en schoenbenodigdheden verkocht.

Zo ontstond de kinderschoenenfabriek Pannier & Hoffmann, het bedrijf dat later gezien werd als het fonteinhuis van de geïndustrialiseerde kinderschoenenstad Kleef. Toen Fritz Pannier en Gustav Hoffmann in 1908 na twaalf jaar samenwerking uit elkaar gingen en elk van de twee mannen onafhankelijk werd om een eigen bedrijf op te zetten, werd al snel duidelijk dat de persoonlijkheden Pannier en Hoffmann geen leidende rol speelden als kinderschoenfabrikanten begonnen alleen in Kleef te spelen, maar in heel Duitsland. De invloed van Fritz Pannier was nu diepgaand merkbaar in de Duitse kinderschoenenindustrie, doordat de schoenvormen die hij ontwikkelde steeds meer door andere schoenfabrieken werden overgenomen. In de tijd dat Fritz Pannier en Gustav Hoffmann verbonden waren, beschikte Fritz Pannier over de lijstwerk en modelontwerpen

aanzienlijk kan blijven verbeteren.

1908! Het jaar dat wij willen zien als het daadwerkelijke oprichtingsjaar van de kinder- en jeugdschoenenfabriek FRITZ PANNIER! Het jaar waarin het merk "STORCH" werd geïntroduceerd als keurmerk voor schoenen van een heel bijzondere klasse! Het jaar met de tweede belangrijke uitbreiding van het bedrijf! Terwijl Gustav Hoffmann het vorige pand behield, bouwde Fritz Pannier een nieuwe fabriek aan de Ackerstrasse Met een aanvankelijk personeelsbestand van 150 personen nam hij in 1908 zijn intrek in het nieuwe bedrijf, dat was uitgerust met de modernste machines van die tijd. De zaken gingen onverbidlijk vooruit. De omzet nam toe, het aantal werknemers groeide, de productieprocessen werden verfijnd, de machine park werd uitgebreid, structurele uitbreidingen vonden om de paar jaar plaats. Maar belangrijker dan alles. Voor Fritz Pannier bleven deze expansieve operationele en economische verschijnselen de verdere vooruitgang die hij had geboekt bij het ontwerpen van schoenen voor jongeren. Hij begon in te zien dat niet alleen de vorm van de voet moest bepalend zijn voor de vorm van de schoen, maar dat het naast de vorm van de voet ook bijzonder belangrijk was dat bij het maken van schoenen rekening moest worden gehouden met de voetfunctie. Zijn anatomische manier van denken, die hij had ontwikkeld door verstandige schoenvormen te introduceren, werd beïnvloed door overwegingen over de functionele omstandigheden van de voet, dat wil zeggen door een fysiologische manier van denken.



De fabriek in 1910

toegevoegd. Zeker: de vorm van een schoen moest overeenkomen met de anatomie zodat de voet beschermd kon worden tegen beschadigingen van buitenaf (druk). Maar de materiaal- en productietechnologie moeten het voor de schoen ook mogelijk maken om naast het beschermen van de voet ook de natuurlijke voetkrachten te bevorderen. Het idee dat stijve schoenzolen zouden kunnen leiden tot een rampzalig gebrek aan beweging voor de voeten en dat de voetzool plat zou zijn



De fabriek in 1912



Fritz Pannier geloofde dat het niet natuurlijk was in de schoen en daarom tot het einde van zijn leven schadelijk was voor de gezondheid van zijn voeten. Er zijn talloze pogingen gedaan om kinder- en jeugdschoenen te maken die een succesvolle combinatie van voetbescherming en voertuigapparatuur zouden moeten vertegenwoordigen - apparatuur die ertoe moet leiden dat niet alleen de natuurlijke spierkracht van de voet behouden blijft, maar ook zwakke spierkracht wordt hersteld. geregenereerd. Fritz Pannier zelf kon deze taak niet uitvoeren. Hij liet het als erfenis na aan zijn zoon Werner. We zullen later horen dat Werner Pannier erin slaagde het door Fritz Pannier bedachte probleem te realiseren.

Fritz Pannier beschikte op dat moment niet over de materialen waarmee hij een schoen had kunnen maken. die de voetspieren hadden kunnen trainen, de machines die geschikt waren voor de productie ervan bestonden toen nog, en ten slotte zorgden de Eerste Wereldoorlog en de daaropvolgende inflatie ervoor dat er geen tijd was voor pogingen om het bedrijf door deze moeilijke jaren heen te loodsen. Onderzoek & Ontwikkeling. Maar het is de moeite waard om dat te vermelden

Fritz Pannier, die al vele jaren vóór de medische professie experimenten in dezelfde richting had uitgevoerd, eiste kinderschoenen die bedoeld waren om de vrije spierspeling van de volledig mobiele voet te bevorderen.

Overigens was 1908 ook het jaar waarin de term "STORCH" werd gebruikt voor de producten van de firma FRITZ PANNIER. Zeker bij fietstasschoenen is er af en toe een ooievaarsafbeelding verschenen, maar altijd alleen als grafisch accessoire zonder een Eigenlijk één handelsmerk. Sommige schoenen waren gemarkeerd met "Kinderheil", andere met "Doornroosje" en weer andere met "Robinson", maar veel werden zonder handelsmerk verkocht.

Fritz Pannier wist dat de tijd was aangebroken om zijn producten een uniform merkteken te geven dat ze zou onderscheiden van andere merken. De kopers van zijn schoenen moeten weten wat ze hebben gekocht, zodat ze bij tevredenheid hetzelfde product opnieuw kunnen aanvragen.

Met het creëren van het merk STORCH wilde Fritz Pannier zich onderwerpen aan de strengste rechter: het publiek. Fritz Pannier was er volledig van overtuigd dat zijn producten elke kritiek zouden kunnen weerstaan. En het gebeurde zoals hij had vermoed: mensen begonnen in schoenenwinkels niet langer 'kinderschoenen' te eisen, maar eerder STORCH-schoenen. Tegenwoordig is het echter voor veel kopers gebruikelijk om in winkels bepaalde merkartikelen te eisen als ze deze kopen. Destijds bleef het merendeel van de kinderschoenenfabrikanten echter doorgaans op de achtergrond als het om kopers ging, en als consumenten klaagden, kwam het vertrouwen in een fabrikant minder in gevaar dan in de schoenenretailer, waar een klacht over de gekochte schoen is gemaakt. Het hoeft nauwelijks gezegd te worden dat "STORCH" al 50 jaar geen naam is gebleven, maar zich heeft ontwikkeld tot een duidelijk gedefinieerde term voor schoenen voor jongeren van alle leeftijden.

De Wereldoorlog 1914 - 1918, inflatie tot november 1923 met de munt op het laagste niveau: 1 goudmark = 1 biljoen papiermarken - dit waren jaren van verdriet en zorgen. Veel werknemers van het bedrijf werden opgeroepen en velen keerden nooit meer terug van het veld. Met een kleiner personeelsbestand, een toenemend tekort aan essentiële grondstoffen en materialen en steeds restrictievere maatregelen van de oorlog en planeconomie was het niet langer mogelijk oude plannen te blijven nastreven. Als fabrikant was je blij dat je het kon volhouden en het bedrijf niet hoefde te sluiten. Kort voor het begin van de mondiale brand had Fritz Pannier in Dresden een tweede bedrijf opgericht en de opwaartse ontwikkeling verliep voorspoedig. Maar nu moest dit nieuwe bedrijf worden samengevoegd met de Klever-fabriek. Ook al is algemeen bekend dat er in die jaren bonnen voor schoenen bestonden, alleen ouderen zullen zich waarschijnlijk nog kunnen herinneren hoe het schoenenaanbod er destijds uitzag. Al in 1916 mochten gebruikte schoenen alleen worden verkocht aan kledingrecyclingcentra van gemeentelijke verenigingen. De leertoewijzing werd zo krap dat van de 1.600 schoenenfabrikanten er in augustus 1917 1.400 werden gesloten en werkende en gesloten bedrijven werden samengevoegd tot productie- en verkoopbedrijven. Vervangingszolen, zoolbeschermers en zoolversterkingen waren versleten. Ook in grote steden werd blootsvoets lopen en het dragen van zelfgemaakte sandalen gebruikelijk. Bij de productie van vervangende zolen werd de fraude zo wijdverbreid dat de verkoop afhankelijk moest worden gesteld van de goedkeuring van een vervangend zolenbedrijf. In 1917 werd de productie van leren zoolbeschermers verboden; Omdat dit in zo'n kleine hoeveelheid beschikbaar was dat het slechts genoeg was om 1 miljoen paar schoenen per maand te produceren, in plaats van de 10 miljoen paar die destijds nodig waren. Sinds januari 1918 mochten alleen oorlogslaarzen worden vervaardigd volgens de voorschriften van de Commissie van Toezicht. In de regel werden alleen aankoopbonnen verstrekt



Levering van gebruikte schoenen uitgegeven.

Tijdens de Eerste Wereldoorlog moesten jongeren dit soort schoenen dragen

En de naoorlogse inflatie? De jongere generatie kan zich ook de impact ervan voorstellen,

die na de Tweede Wereldoorlog ervoer wat het betekent als geld zijn functie als ruilmiddel bijna volledig verliest. Er was geen normaal economisch leven meer. Begin jaren twintig was er veel te doen, zozeer zelfs dat het lastig was de orders bij te houden. Maar het bedrijfsleven putte zijn grondstoffen- en kapitaalreserves uit, terwijl de arbeiders nauwelijks in staat waren de essentiële zaken te kopen voor de miljoenen die op hun loonstrookjes stonden.

Tijdens deze turbulente tijd van progressieve devaluatie van de munt, in 1922, trad Werner Pannier toe tot de fabriek van zijn vader. Hij "diende zichzelf", om zijn eigen woorden te gebruiken, "geleidelijk van onderop naar het fabrieksmanagement."

Het is een goede traditie wanneer intellectuele eigendommen van generatie op generatie worden doorgegeven, wanneer schatten van ervaringen uit het leven en werk van directe voorouders worden bewaard. Het oude goed praktisch integreren in het nieuwe tijdperk en de oude kennis vertegenwoordigen met jonge wapens - dat is de beste traditie. De 22-jarige Werner Pannier maakte het tot zijn taak, en zelfs tot zijn zelfopgelegde plicht, om deze beste traditie in stand te houden. Hij paste zich snel aan aan de ideeënwereld van zijn vader en de reformistische aspiraties van zijn vader werden op hem overgedragen. 'Ik geloof dat ik in de hele wereld geen betere leraar had kunnen vinden dan mijn vader!' bekennt Werner Pannier vandaag. Want wat hij leerde was niet alleen het vermogen, verworven door oefening, om uniforme en gewone taken uit te voeren, zoals zij do min of meer is gevestigd in alle speciale fabrieken voor kinder- en jeugdschoenen. Ook leerde hij het levensdoel van zijn vader overnemen om geen middel

onbeproefd te laten om de STORCH-schoenen, die al spreekwoordelijk al zijn aangepast aan de vorm van de voet, verder te verbeteren, dat ze normale voetactiviteiten moeten bevorderen. Zelfs toen al was Werner Pannier duidelijk dat iedereen die de basisfuncties van de voet niet kent of verkeerd begrijpt, nauwelijks in staat zal zijn om het nuttige of schadelijke effect van een schoen op de voet te bepalen. Pannier zag het uitgangspunt van alle overwegingen over functioneel correct of incorrect jeugdschoeisel als verankerd in kennis over voetfuncties. Hij stortte zich enthousiast op het bestuderen van de anatomie, fysiologie en morfologie van de menselijke voet, en ook op de wirwar van schoeisel van de heersende voet. orthopedische theorieën uit die tijd om inzicht te krijgen in de rijke ervaring van de arts met betrekking tot de vragen die hem bezighielden. De literatuur over het mechanisme van de gezonde voet interesseerde hem niet minder dan die over pathologische functiestoornissen van de voet. Met Werner Pannier kwam er een gedurfde en behendige geest in het bedrijf, die al snel een levend voorbeeld werd van hoe nuttig het is in het zakenleven als geërfde oude wijsheid voortleeft in jonge, moderne mensen. De tijd van de valse bloei, veroorzaakt door de inflatie, was voorbij. De ijzige geur van een economische crisis zorgde ervoor dat veel bedrijven in de schoenenindustrie failliet gingen. Ze losten op of gingen in andere handen over. Dezelfde verschijnselen deden zich voor in de schoenendetailhandel.

Maar schoenenfabriek FRITZ PANNIER hield voet bij stuk.

En de zaken gingen weer omhoog.

De schoenproductieprocessen die in het verleden werden gebruikt, waren al lang veranderd. Bovenal was het Ago-proces sinds ongeveer 1920 populair geworden, waarbij de schacht en de buitenzool werden bevestigd met geschikte lijmen in plaats van naden of pinnen. Deze stijl is vandaag

Overigens de dominante constructiemethode voor alle soorten schoenen. Het voldeed aan de wensen van Fritz en Werner Pannier doordat het de vervaardiging van zeer lichte schoenen mogelijk maakte.

Zoals bij elk nieuw ontwerp betekende de introductie van het lijmp proces dat het machinepark moest worden uitgebreid met veel extra machines: er werden machines voor het opruwen van bovenleer en zolen, spindel- en carrouselpersen en nog veel meer aangeschaft.

Naast schoenen die via het lijmp proces werden vervaardigd, vervaardigde het bedrijf FRITZ PANNIER schoenen met behulp van nu zeer verbeterde technieken met doorgenaaide, met hout genagelde en later het flexibele proces. Revolutionaire ontwikkelingen in de leerproductie, nieuwe materialen en materialen, en de komst van rubberen zolen en hakken maakten de weg vrij voor Fritz en Werner Pannier om kinder- en jeugdschoenen te produceren die bedoeld waren voor gezonde, risicovolle of zwakke voeten, voor voetverzorging, ziektepreventie en voetspierversterking zouden moeten dienen.

De Fietstassen stonden enigszins sceptisch tegenover het systeem van zogenaamde 'gezondheidsschoenen', dat voor de Tweede Wereldoorlog sterk werd gepromoot door bepaalde schoenfabrieken. Deze 'gezondheidsschoenen', waarin diverse steunapparaten waren ingebouwd, moesten voldoen aan de doel van het corrigeren van de positie van de voet door middel van mechanische druk, waardoor de voet wordt gedwongen een soort "normale houding" aan te nemen.

Schoenenfabriek FRITZ PANNIER wilde daarentegen niet beweren dat hun schoenen een remedie of behandeling tegen zieke voeten waren. Je was op weg naar een heel ander doel. Het doel is om schoenen te bouwen die de natuurlijke krachten van de voet mobiliseren, die de voetspieren niet ontlasten, maar deze juist trainen, waardoor de voet vrij kan zwaaien en normaal kan rollen.

Steunzolen, stijve armaturen en onbuigzame schoenzolen vervormen de voet, dwingen hem tot rust en leiden tot spierverlies. In 1939 werd een relevant

patent verkregen, dat ervoor zorgde dat de firma FRITZ PANNIER exclusief gebruik kon maken van een proces voor de productie van een schoen die rekening hield met de dynamiek van de voet, de schoen die de reputatie had verworven als het 'ideale' schoeisel voor jongeren sinds 1950 onder de merknaam "STORCH-Meisterstück" konden verwerven.

Het feit dat deze patentschoen pas in 1950 in productie werd genomen en niet in 1939 kan worden verklaard door het uitbreken van de Tweede Wereldbrand en de daaropvolgende catastrofale economische gevolgen tot aan de munthervorming in 1948.



Wereldoorlog nummer twee! Een gedenkplaat voor de gevallen in de hal van de FRITZ PANNIER-fabriek vertelt ons vandaag de dag hoe de verschrikkelijke oorlog sinds 1941 steeds meer zijn tol van het bedrijf eist.

In 1943 sloot Fritz Pannier, de pionier van gezond schoeisel voor jongeren, zijn ogen, diep betreurd door iedereen die hem kende. Een man met een bijna missionair bewustzijn op het gebied van een economische sector links. Zelfs vandaag de dag, na vijftien jaar, uiten de mensen in Kleve nog steeds hun respect voor de eenvoudige grootsheid, het onvermoeibare harde werk en de nobele geest van Fritz Pannier.

Het bedrijf werd overgenomen door Werner Pannier. Het was bekend dat de persoonlijkheid van Werner Pannier een uitstekende basis vormde voor de technische, economische en orthopedische sector

verdere ontwikkeling van het bedrijf. Maar het was onmogelijk te voorzien of Werner Pannier als gevolg van het oorlogsinferno een dergelijke verdere ontwikkeling zou kunnen verwezenlijken. Het jaar daarop, 1944, bracht Werner Pannier zijn eerste test van enorme proporties. In 1944 begonnen grondgevechten in het Klever-gebied. Na massale bombardementen landden geallieerde troepen vanuit de lucht. Kleef werd een frontlijngebied. Degenen die niet geëvacueerd werden, vreesden elk uur voor hun leven. De economische activiteit was uitgestorven.

En toen was het in oktober 1944 dat 80/0 van de Klever-gebouwen in puin en as stortte. Geen elektriciteit meer, nauwelijks water, nauwelijks voedsel, nauwelijks huisvestingsmogelijkheden. En toen Kleve begin 1945 uiteindelijk door de geallieerden werd veroverd, stond Werner Pannier met een paar fabrieksloyalisten voor een hoop puin dat ooit een trotse fabriek was geweest. Het levenswerk van zijn vader werd door 800/0 vernietigd. En zijn eigen toekomst? Stond zij niet ook op het spel? Via Fritz Pannier werd een idee werkelijkheid. De misdaad was een speciale fabriek die jonge voeten bedient. Deze fabriek werd verwoest, een ruïne. Maar het idee leefde voort in Werner Pannier. Iedereen die er getuige van was hoe Werner Pannier en een handjevol mensen het bedrijf oprichtten in...

De aanval was even optimistisch als

hard en hardnekkig en moest de krachten erkennen die in de juiste ideeën schuilgaan, krachten die alle obstakels kunnen wegnemen die hen in de weg staan. Het idee dat



van vader op zoon werd doorgegeven, kon niet worden vernietigd zoals muren, stenen en machines. De niet-materiële waarden waren levensvatbaarder dan de rottende materiële waarden. En wat velen voor onmogelijk hielden, Werner Pannier slaagde erin de fabriek in relatief korte tijd weer op te bouwen, zodat deze het onderbroken werk ten dienste van de jongeren kon voortzetten. Laten we de periode van bezetting, progressieve

devaluatie van de munt en economische moeilijkheden overslaan. We herinneren ons allemaal nog de duizenden ontberingen die de naoorlogse periode werkgevers en werknemers. Laten we liever direct naar het heden gaan en kijken naar de huidige speciale fabriek

voor kinder- en jeugdschoenen FRITZ PANNIER, een fabriek die 13 jaar geleden in puin lag en nu jaarlijks ruim een half miljoen paar schoenen produceert. komen niet alleen overeen met de heersende modesmaak van die tijd, maar ook schoenen die met plezier



twee leidende principes van de schoenproductie verwezenlijken: het idee van modieus kwaliteitsschoeisel met het idee van voetgezonde schoenen.

Maar we willen niet alleen naar het werk kijken.

We willen ook horen welke ideeën er in dit

werk heersen. Dat is de reden waarom een verslaggever, hier bekend als "Mr.

