

Alliantie tussen hippe Belgische brillenlabels



Lady Gaga droeg enkele jaren geleden een zonnebril die de Belgisch stylist Tom Eerebout voor Komono ontwierp.

MICHAËL SEPHIHA

16 mei 2023 01:30

De drie broers achter het Belgische brillenlabel Theo stappen voor 40 procent in het kapitaal van hun sectorgenoot Komono. Beide merken worden gedragen door tal van celebrity's.

De nieuwe aandeelhoudersstructuur van Komono is af te leiden uit de oprichtingsakte van Hirano, een nieuwe vennootschap boven het Antwerpse brillen- en horlogelabel. Daaruit blijkt dat de drie broers Mik, Jan en Toon Somers 40 procent van de aandelen in handen hebben. Komono-oprichter en CEO Anton Janssens (40%) en operationeel directeur Carl Liekens (20%) bezitten de resterende aandelen. De Theo-vennootschap is niet betrokken bij de transactie.

Komono werd in 2009 opgericht door voormalig professioneel snowboarder Anton Janssens en Raf Maes. Voor ze het brillen- en horlogemerk lanceerden, werkten ze jarenlang in de distributie van modeartikelen, zoals kleding, schoenen en accessoires. Hun doel was Komono uit te bouwen tot een pionier in betaalbare luxeaccessories.

De brillen zijn te koop via internet, eigen winkels en opticiens en via ketens als A.S. Adventure of Le Bon Marché. De jongste jaren werden meerdere

wereldsterren, [onder wie Lady Gaga en Christina Aguilera](#), gespot met brillen van het Antwerpse label. ‘Leuk meegenomen’, zei Janssens daar enkele jaren geleden in De Tijd over. ‘We zijn daarmee bezig. Je moet ook. Ik denk dat ze elke dag stapels modepakketten krijgen toegestuurd en de stylisten pikken er nu en dan ons toch uit.’

Financieel heeft Komono enkele moeilijke jaren achter de rug. In 2021 ging het opnieuw de goede richting uit.

Scharnierjaar

Financieel heeft Komono enkele moeilijke jaren achter de rug. De omzet van het brillenlabel klom tot 16 miljoen euro (2017), maar viel daarna terug tot 10 miljoen. In 2018 belandde het nettoresultaat voor bijna 4 miljoen in het rood.

Het Antwerpse bedrijf voerde dat jaar - niet zonder moeilijkheden - een nieuw softwaresysteem in, trok ervaren managers aan en zette contracten met distributeurs in drie belangrijke afzetlanden stop om met eigen agenten te werken. Bovendien kreeg Komono af te rekenen met de implosie van de horlogemarkt door de introductie van smartwatches.

Vervolgens kwam de coronacris, waardoor de omzet een klap kreeg en in 2020 onder 7 miljoen euro eindigde. Het jaar erop zette Komono een remonte in. De omzet klom opnieuw met ruim een tiende en het bedrijf maakte weer winst. De financiële resultaten over 2022 zijn nog niet beschikbaar.

Anagram

Theo is iets groter dan Komono en een stuk ouder. Het merk werd in 1987 boven de doopvont gehouden door Wim Somers en de ontwerper Patrick Hoet. De naam van het Antwerpse brillenlabel is een anagram van Hoets achternaam. Somers en Hoet wilden ‘modieuze brillen die eruit springen’ en brillen ‘met een hoek af’ op de markt brengen.

Het merk was aanvankelijk enkel bekend in hippe kringen, maar overtuigde gaandeweg het grote publiek en brak internationaal door. De brillen zijn te verkrijgen in meer dan 50 landen. Net als Komono werd Theo door sommige wereldsterren omarmd. Onder anderen Elton John, de regisseur Spike Lee en de actrice Lupita Nyong'o werden gespot met een bril van het Antwerpse brillenlabel.

Theo was in 2021 goed voor een omzet van 16 miljoen euro (+40%) en een nettowinst van 3,1 miljoen. Wim Somers, die zijn partner Patrick Hoet uitkocht, ging in 2017 met pensioen en droeg zijn brillenlabel over aan zijn drie zonen.