

Meistergram®

FAMOUS FOR ITS EXCELLENCE IN RELIABILITY AND VALUE.

De Meistergram Geschiedenis

Met dank aan: Steve Gluskin, voormalig Vice President, General Manager van Meistergram USA, Dick Steenman, Arjen van Koppen van Masterstitch Europa bv sinds 1987.

Er was ooit een tijd dat een monogram of bedrijfslogo op kleding een tas, sjaal of cap een zelden voorkomend verschijnsel was. Als er al iets in die geest te vinden was, vertegenwoordigde dit vaak vele uren van intensief handwerk en dan nog uitsluitend gebaseerd op een kunstzinnige inslag, jarenlange ervaring en een eindeloos geduld. Vandaag de dag zijn al deze borduursels een dagelijks voorkomend verschijnsel en vormt de fundatie van een zeer groot marktsegment n.l. de promotie en kledingindustrie waar vele miljarden euro's in omgaan, maar dit is niet altijd zo geweest...



De reis van toen naar nu was op zijn minst vreemd en bijzonder te noemen en ging gepaard met veel vallen en opstaan, echter op een bepaald moment stonden er een paar creatieve mensen op die op eigenzinnige wijze een start maakte in dit heel bijzondere marktsegment. Ik, Steve Gluskin, heb hier vele jaren aan mee mogen werken en zal jullie graag het 'Meistergram verhaal' vertellen.



In 1933 zochten de Meister broers manieren om hun omzet in 'basic' kleding en shirts te vergroten. Dit dappere trio uit Cleveland Ohio liet een monogrammachine ontwerpen, plaatsten deze op afdelingen van grote warenhuizen, waar men hun standaardassortiment reeds verkocht. De operators, ook wel genaamd 'Meistergram meisjes', ('Meister' vanwege de 3 Meister broers, 'Gram' als afkorting voor monogram) bewezen daar dat door het simpel, doch uniek toevoegen van een monogram op locatie een attractieve, exclusieve toevoeging gaf waardoor veel meer kleding werd verkocht.

Het door de Meisters gebruikte concept werkte dermate goed dat al snel een aantal toonaangevende warenhuizen als Macy's hun voorbeeld begonnen te volgen. In de gehele USA ontstonden in de dertiger en veertiger jaren interne borduurafdelingen waar letterlijk honderden 'Meistergram meisjes' voor rondreisden om op deze afdelingen het zgn. 'personaliseren' te promoten en uit te voeren.



De eerste machine die hiervoor werd gebruikt was de Meistergram M80. Dit was eigenlijk een gewone door een motor aangedreven zigzag borduurkop, waarmee het monogram werd gemaakt. Men maakte een monogram eerst op papier, prikte het vervolgens op de gekozen plaats voor het monogram. De ingespannen hoepel met het stencil werd dan handmatig naar het begin van het monogram gebracht en middels een pedaal werd snelheid en dichtheid bepaald, met de knie de breedte van de steek, de hoepel werd met de hand onder de naald door gestuurd. U begrijpt het al, dit vereiste behoorlijk veel handigheid, vakkennis en stalen zenuwen om dit met de vrije hand op vaak dure kleding te borduren. Alle handelingen moesten immers tegelijkertijd worden uitgevoerd om een goed resultaat te verkrijgen! In alle opzichten was hier heel veel talent en handigheid voor nodig.



Door de introductie van de M100 werden enkele van deze gelijktijdige handelingen overbodig. Dit werkte met losse bronzen letters 'templates' genaamd. De juiste combinatie werd in een houder geschoven en vastgezet. Door met een aan de arm van de hoepel verbonden stalen pen werden de lettercontouren van het monogram gevolgd en onder de machinekop doorgevoerd. Hierbij hoefde dus alleen nog maar met het pedaal en knie worden gewerkt, waarmee met de snelheid van de machine de dichtheid en breedte van het borduursel werd geregeld. In ieder geval werd nu middels de 'template' de letters vanzelf gevolgd. Het was déze machine die een revolutie teweegbracht omdat



het handwerk door technische ingrepen was teruggebracht tot een eenvoudigere bediening. Veel meer kledingstukken konden worden verwerkt met een strakker resultaat dan op het eerste M80 model.

Ondanks het feit dat nog steeds geen computers of bruikbare elektronica voorhanden waren begon de handel in borduurwerk explosief te groeien. De Meister broers, altijd een stap verder als een ander, ondersteunden het succes met een goede reclamecampagne met als resultaat dat kopers werkelijk de warenhuizen bestormden. Gedreven door de allure en exclusieve uitstraling van het monogram of borduursel verlieten zij deze winkels met armen vol met gepersonaliseerde artikelen. Ironisch genoeg was het succes van de campagne de reden waarom de gebroeders zich in de borduurmachine fabricage gingen verdiepen en uiteindelijk hun bekendheid in verwierven.

Meistergram Boy

We maken een sprong naar de 70er jaren toen mijn vader, een linnen-distributeur in Rochester USA van plan was om de grootste ketens van warenhuizen promotionele borduursels aan te bieden in combinatie met zijn textiel. Hij had gehoord van de MeisterGram machine en vloog naar hun New York kantoor waar hem de Meistergram M 100 werd getoond,





raakte onder de indruk van het product, en liet er één van vershippen naar Rochester. "Op een bepaald moment nam ik plaats achter de machine, (de leerling operator was met lunchpauze) en maakte een perfecte letter op een handdoek, vergis u niet, ik kon nog geen knoop aan een broek zetten, maar die letter was perfect gelukt. Wat daarop volgde was dat ik aangesteld werd als 'officiële operator' en kon worden gevonden in warenhuizen druk doende zoveel mogelijk productie te maken met monogrammen op kleding. . . Ons bedrijf had de eerste Meistergram boy! In een heel korte termijn gingen we

van 1 naar 55 machines. Eigenlijk was het borduren bedoeld om vader's handel te stimuleren, maar hoe meer we ermee naar buiten traden, zagen we steeds meer praktische toepassingen, dus werd er aansluitend steeds meer verkocht. Het borduren bleek een fantastische promotie om verkopen naar ongekende hoogten te sturen.

'In december van 1973 stuurde mijn vader mij naar de Meistergram fabriek in Cleveland Ohio om naar een nieuwer model van de M100 te gaan kijken. Daar werkte een jongen van mijn leeftijd genaamd Larry Katz. We werden vrienden en enige tijd later vertelde hij mij zijn verhaal'.

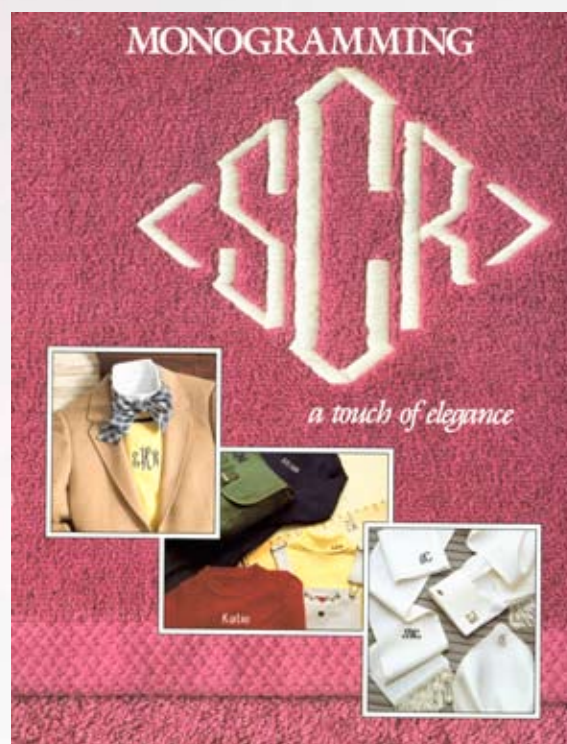
E.B Meister zei tegen Larry: "Weet je, de handel begint behoorlijk te groeien en hebben een goede jongen nodig met een paar jaar goede schoolopleiding, die in staat is mooie monogrammen te maken". Larry zette prompt een advertentie in de krant met daarin gevraagd: een aardige, nette monogrammer.

Een week later kwam ik wederom voor mijn vader naar Cleveland en E.B. Meister zei tegen mij: "We zoeken een jongeman". Dit leek me wel wat, ik was 20 jaar oud op dat moment. Hij vervolgde: "We willen dat je ons product promoot en verkoopt. Ga training volgen en ga ons maar vertegenwoordigen in het land". Ik greep de gelegenheid met beide handen aan, en zou het maar een jaartje doen, echter ik ben gestart in april 1974 en kwam niet meer thuis . . . Uiteindelijk bleef ik 22 jaar voor Meistergram werkzaam !

Meistergram kwam in andere handen

In de 70-er jaren begon een grote importeur van Shetland truien, Talbot's genaamd, samen met hun wederverkopers de truien te verkopen met een 'persoonlijk' drie letter monogram alsmede andere borduursels.

Deze truien maakten personaliseren en monogrammen wel heel populair. Het hele gamma van hun producten werd voorzien van borduringen. Meistergram begon uit zijn voegen te groeien, we begonnen machinedealers aan te stellen en de eerste internationale distributeurs werden voorzichtig benaderd. Geoffrey E. Macpherson in Engeland werd distributeur voor Meistergram in de UK. Voorafgaand hieraan had hij zijn zoon Neil overgestuurd naar Cleveland voor training op de apparatuur en wij maakten kennis met elkaar. Twee jaar belde Neil



op en zei: "Ik kom naar Amerika, we gaan een kantoor opzetten voor Macpherson". Zij gingen hun Engelse agentuur van Barudan borduurmachines uitbreiden met het distributeurschap voor de USA

Een paar jaar later, ironisch genoeg, bood Neil mij een baan aan en stelde voor om naar North Carolina te verhuizen om hem te helpen met het verkopen van Barudan producten. Ik voelde er niets voor om te verhuizen dus sloeg het aanbod af. Beiden, Neil en ik, hebben nooit vooraf kunnen vermoeden wat voor impact dit eerste contact op de latere ontwikkelingen zou hebben. In ieder geval waren de eerste contacten tussen Meistergram en Macpherson's agentuur Barudan gevestigd.

Er was een minpuntje. Meistergram werkte uitsluitend met enkelkops 1 naalds machines en was strikt mechanisch. Op dat moment was er nog geen enkele Japanse machine op de markt te koop geen of in ieder geval weinigen van de hedendaagse aan borduurmachine gerelateerde bedrijven waren actief. Wel was er enige vorm van concurrentie door Ultramatic, gevestigd in Connecticut. Zij begonnen met de verkoop van meerkopsborduurmachines, nog steeds alleen maar mechanisch, niet elektronisch, maar toch veel meer 'borduurmachine' dan wat wij verkochten. Ultramatic begon te groeien en opmars te maken. Rond deze tijd besloot E.B. Meister zijn bedrijf in 'de etalage' te zetten met de bedoeling het bedrijf uiteindelijk te verkopen.

Veel mensen toonden belangstelling, maar uiteindelijk meldde zich een investeerder uit St. Louis die zich uiteindelijk serieus verdiepte in het financiële deel van de overname en tegen mij en Larry zei: "Luister, ik wil deze zaak alleen kopen onder de voorwaarde dat jullie hem voor mij draaien". Hij stelde goede voorwaarden en wij besloten het te doen; de zaak werd dus verkocht.



De nieuwe eigenaar gaf ons de vrije hand om de borduurmachines verder te automatiseren en te ontwikkelen. Wij vonden een ingenieursbureau dichtbij Cleveland, toonde onze machines, en vertelden hen dat we graag een machine wilde hebben met een toetsenbord waarmee we letters konden invoeren en vervolgens automatisch uitborduren. Goed zeiden ze, "stuur maar een M100 en we bellen wel als hij klaar is". Ongeveer een jaar later werden we uitgenodigd en troffen een ontwerpafdeling aan met overall onderdelen voor een toekomstige borduurmachine. Ze hadden een dunne smalle cassettetape die zij in een cassettelezer deden en drukten de letter A in waarop de borduurmachine een appel ging borduren met een hap eruit.

Daarmee bewezen ze dat het proces wel degelijk te automatiseren was en uit die basis werd de eerste computergestuurde borduurmachine de Meistermatic 600 ontwikkeld. In de tussentijd werden we op de hoogte gebracht dat ook Ultramatic bezig was een enkelkops monogram/borduurmachine te ontwikkelen.

We waren verbaasd, want tot voor kort werden daar uitsluitend mechanische meerkops machines gebouwd. Tot dat moment waren wij de enigen die ons met enkelkops hadden bezig gehouden en werden ongerust.



Op één van de eerste grote naaimachine beurzen in de vroege 80er jaren 'The Bobbin Show' kwam de aankondiging dat Ultramatic zijn eerste automatische elektronische borduurmachine, genaamd de Ultramatic 100, zou introduceren op de show. Iedereen wist dat het zij modelnummer van onze machine, de M100, was gebruikt. Het modelnummer voor hun borduurmachine was immers 600, dus besloten we de naam Meistermatic 600 te gebruiken als een soort revanche voor het 'stelen' van ons modelnummer.

Eigenlijk waren we nog niet gereed voor introductie van de Meistermatic 600, maar zij óók niet! We bouwden van karton een model van de machine, plaatsden op deze 'dummy' een toetsenbord en maakten er foto's van. Het was gewoon een beplakte lege doos, meer niet!

Van de foto's maakten we een brochure voor de 'Bobbin Show', met de tekst 'binnenkort verkrijgbaar'. Ultramatic deed eigenlijk precies hetzelfde. We kregen veel belangstelling op de show en veel vragen om informatie. Toen we, pas een jaar later, de echte Meistermatic 600 gingen demonstreren stonden klanten in de rij om ze te kopen. We hadden echter maar een productiecapaciteit van 10 machines per maand, maar hadden orders voor honderden stuks: ongelofelijk!

Rond deze tijd begonnen aarzelend de eerste meerkops machines op de markt te verschijnen. Langzaam maar zeker ging het dan gebeuren. Ik heb het vaak gezegd: "Meistergram heeft veel bijgedragen om mensen in het borduurvak te laten starten". Maar dit was ook tegelijk ons probleem, ónze klanten begonnen te groeien en kregen behoefte aan apparatuur met meerdere koppen, hetgeen we hen niet konden leveren. En dit terwijl we constant de markt stimuleerden met onze borduur ideeën. De vraag steeg en wij konden het niet bijhouden. Maar het werd nog erger. Het bedrijfskledingsegment begon het borduren van namen toe te passen op hun werkleding, Daarbuiten werden ook caps waanzinnig populair en uiteindelijk in de late 80er jaren gingen we naar de 'Bobbin Show' en zagen bedrijven als Melco, Ultramatic, Tajima en Barudan een succesvolle presentatie geven met een variëteit aan enkel- en meerkops machines. De industrie had vol uitpakket en concurreerde elkaar de pan uit.

Voor Meistergram was de handel nog steeds goed te noemen, maar meer en meer kwam er concurrentie in het spel. Nogmaals, we hadden al deze mensen in de handel aan het werk gekregen, maar als het moment van groei daar was konden we niet anders dan de concurrentie de handel laten doen, omdat we simpelweg geen volgende stap konden aanbieden.

Toen kwam er een volgende eigenaar van Meistergram. Om zijn investering ten gelde te maken verkocht de huidige eigenaar Meistergram aan een andere ondernemer. Deze was aanvankelijk werkzaam bij zijn vader, maar was nu gereed zijn eigen bedrijf te beginnen. Helaas begon vanaf dag 1 van de overname de handel te 'kelderen' waarvan dankbaar gebruik gemaakt werd door de concurrentie, die opvolgden waar wij niet verder konden.

Meistergram's Mijlpalen

Meistergram was met vele dingen de eerste in de industrie, waar slechts enkele (nog) weet van hebben. Gedurende de tweede wereldoorlog werd de Meistergramfabriek ingericht voor het vervaardigen van parachutes, uniformenemblemen kleding naamstrips etc., om het Amerikaanse en Canadese leger te bevoorraden . We waren ook de eerste op de markt die begonnen met seminars voor marketing, handel en borduren. We ontwikkelden een catalogus met borduurbare kleding genaamd 'Expressions'. We deden dit omdat men eigenlijk nergens bijvoorbeeld 6 shirts kon bestellen. Niemand had daar zin in. Er waren geen kledingdistributeurs of leveranciers die dit zagen zitten totdat 'Expressions' het daglicht zag . . .



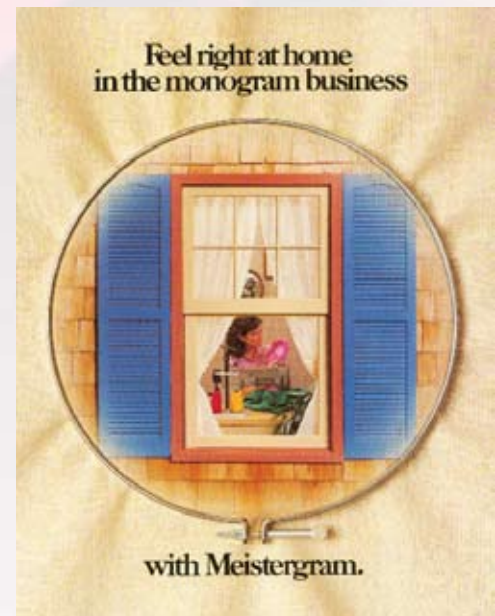
Uiteindelijk stonden we in 1983 in de lijst van de 500 snelst groeiende bedrijven in de USA op nummer 479. Dit kwam ongetwijfeld door een artikel in 'A Family Circle Magazine' in 1982.

Ons reclamebureau wilde een stukje schrijven over de borduurhandel van één van onze klanten. In die tijd was er een recessie gaande, veel mensen verloren hun baan, huisvrouwen werden ingezet om het verlies in inkomen te compenseren, en zagen hun inkomsten min of meer verdampen omdat ze het grootste gedeelte van hun bijverdiensten aan de dagopvang of babysit van hun kinderen kwijt raakten.

Het bleek dus eigenlijk niet rendabel om buitenshuis te werken. Eigenlijk was een ieder in deze situatie op zoek naar thuiswerk om zodoende inkomen te genereren zonder een deel van de opbrengst aan dagopvang op te maken.

Het Meistergram concept was eigenlijk op voor hen maat gesneden, en kon thuis worden gedaan. Dus schreven wij een artikel over één van onze meest succesvolle klanten Eén van de eerste vrouwelijke ondernemers in het borduurvak met een Meistergram. 'Family Circle' publiceerde het artikel in een oplage van 11 á 12 miljoen over de gehele USA en Canada. Een paar weken voor de publicatie had ik de redactie gebeld met de vraag hoe het gemiddelde ervaringscijfer van de response zou zijn. De redactie gaf het idiote antwoord dat dit in de honderdduizenden kon lopen, Ik zei: "dit kunnen we niet aan ! We zijn een klein bedrijf ! Dus probeerden we de boel wat af te zwakken door ons telefoon nummer uit het artikel te halen.

Het artikel was geplaatst , en we ontvingen, behalve kaarten brieven en telefoontjes van mensen die ons nummer achterhaald hadden. Letterlijk ettelijke duizenden aanvragen voor Meistergram machines. We verkochten voor tientallen miljoenen dollars aan apparatuur en zelfs 5 tot 6 jaar na de advertentie belden mensen met het verhaal 'Luister ik zat vanmorgen bij de tandarts en zag dit oude magazine'. Dus wij dachten. . . goh, wat zou er gebeuren als we zouden adverteren ?!



De grote verandering

Door de jaren heen had Meistergram altijd zelf gezorgd voor productie, verkoop, marketing en distributie. We hadden onze eigen ontwerp en innovatie afdeling in een gebouw van 30.000 vierkante meter met meer dan 100 man personeel. We hadden echt een steengoed bedrijf.

Maar helaas was de ontwikkeling van meerkopsmachines nog steeds geen succes, en we kwamen niet verder dan het kopiëren van concurrenten, die op hun beurt de machines weer doorontwikkeld hadden, waardoor zij ons telkens een stap voor waren. We konden simpelweg geen goede machinekop vinden voor de apparatuur die we zelf wilden ontwikkelen.

Op een gegeven moment zei ik tegen mijn werkgever: "Ik heb een goede vriend en vriendelijke concurrent genaamd Neil Macpherson. Misschien kan hij vanwege zijn goede relatie met Barudan voor ons een machinekop onder 'Private Label' vervaardigen". Aansluitend hierop vlogen we naar Greensboro, North Carolina voor een ontmoeting met Neil. We vertrokken 's avonds, in de overtuiging dat we waarschijnlijk Macpherson zouden gaan kopen. We dachten dat het beter zou zijn Neil's bedrijf te kopen en daardoor een stap dichterbij Barudan te zijn, in plaats van Neil als tussenpersoon te laten fungeren. Neil was tenslotte van plan ooit terug te keren naar de UK. In ieder geval leek de meest logische en beste oplossing voor Barudan en Meistergram om de zaak van Neil te kopen. We zouden daardoor de ontwikkeling bij ons kunnen schrappen en onderbrengen bij Barudan en wij zouden ons dan bezig kunnen houden met de verkoop van Barudan én Meistergram enkelkops machines. De onderhandelingen liepen enige maanden en uiteindelijk waren in het laatste stadium, het tekenen van de definitieve papieren. Plotseling zei Neil dat hij besloot de zaak niet te verkopen. Verbaast door deze plotselinge wending zei iemand aan de tafel, eigenlijk als grapje bedoeld: "Ok? waarom kopen jullie ons dan niet", waarop Neil antwoordde: "Mmmm, interessant, maar ik hou alleen niet van fabricage, ik wil alleen marketing, sales en distributie doen".

Om te begrijpen wat er volgde moet u als lezer weten dat Barudan Japan altijd al interesse had in een eventueel te openen fabriek in de USA. Dit vanwege de vervoerskosten, de yen/dollar koers etc..

Als zij machines konden produceren in the USA zou dit stukken voordeliger zijn. Met dit idee in Neil's achterhoofd vloog hij naar Barudan Japan en zei: "Ik heb een mooi zakelijk voorstel waar we beiden beter van worden, Ik kan een bedrijf kopen wat reeds meer als 50 jaar op de markt is met duizenden klanten wereldwijd en een eigen fabriek in Cleveland met een goede naam en productlijn. Ik kan dit bedrijf kopen maar wil niet zelf produceren. Ik weet dat jullie al jaren een vestiging in de USA wilden hebben, welnu dit is een goede aanleiding, laat mij het bedrijf kopen, en kopen jullie aansluitend van mij de fabricage en ontwikkelingsafdeling. Jullie hebben dan gelijk een kant en klare fabriek met enthousiaste medewerkers en kunnen jullie buiten de bestaande Meistergram productie, langzaam maar zeker de productie van Barudan machines laten overbrengen naar de USA".

Uiteindelijk met 2 handtekeningen werd de zaak beslecht. Neil kocht Meistergram. Barudan kocht van Neil de fabricage en ontwikkelin; een nieuw bedrijf ontstond: Macpherson-Meistergram. Ik deed het licht uit op vrijdagavond bij Meistergram en 's maandags het licht aan bij Macpherson-Meistergram.

De mensen in de fabriek werkten vrijdag nog voor Meistergram en op maandag voor Barudan.

Ondertussen, aan de andere kant van de Oceaan...

kocht ik, Dick Steenman een gebruikte M700 borduurmachine uit een door ziekte veroorzaakte bedrijfsbeëindiging in 1987. Het borduren had ik al eerder gezien bij Bakker Continental in Etten Leur waar voor Libelle en andere bladen en bedrijven werd geborduurd. Het idee van Bakker was blijven hangen en kon ik middels de M700 de ideeën toepassen in eigen bedrijf en begon, buiten mijn andere activiteiten, een borduurstudio onder de naam Stelectro Computerborduren. Ik was eigenlijk gespecialiseerd in het opkopen van overproducties en restanten en vanuit die hoek bezocht ik, en werd ik bezocht door leveranciers. Een van mijn grootste leveranciers was ECI voor boeken en Platen, waar ik als opkoper veel zaken mee deed. De Inkoper van ECI was een keer op bezoek bij Stelectro om een volgende zaak te bespreken waar hij de borduurmachine in werking zag. Het enige wat hij zei: "wat leuk, dit zou best iets kunnen zijn voor onze Cadeaucatalogus van december; misschien kunnen we zaken doen!, Ik was wild enthousiast, en wilde niets liever dan borduurwerk aan een dergelijk groot bedrijf leveren!, Toen kwamen de praktische zaken aan de beurt. Aan 1 machine zou ik nooit genoeg hebben er moesten er minstens 2 bij om de deadlines van de bestellingen te kunnen halen. Na veel zoeken kwamen we, naar wat later bleek, een subdistributeur in Nederland tegen die de Meistergram voor de Duitse distributeur in zijn collectie had. De aangekochte machines, nog werkend op cassettebandjes werden geleverd, en om een lang verhaal kort te maken, het was een enorm succes! We werkten in shifts van 12 uur om de orders enigszins bij te houden. De orderformulieren kwamen dagelijks in grote stapels binnen. Vanwege het enorme succes werd door ECI uiteindelijk besloten om ook in de normale catalogi deze gepersonaliseerde artikelen aan te gaan bieden.

Persoonlijke zaken...

Cap naam en sportclubnaam
Bijzonder fraai cap, uitgevoerd in katoen en aan de achterzijde verstelbaar. De gewenste naam en eventueel sportclubnaam worden uitgevoerd in fraai goud overde borduring.
№. 12 836 62
Categorie 24, 99

LET OP! Voor slechts 1 liter extra kost u ook nog het onkosten van uw favoriete sport later meerforderen.
Het bestelnummer wordt dan: 12 836 96

Leeze handdoekdoek met naam of initialen
Dit set bestaat uit een heerlijk drogende handdoek (60 x 120 cm), een gastendoek (40 x 50 cm) en een wasdoek. Alle van 100% katoen. 1 Leze katoen wit die u wilt, blauw en rood. Op de handdoek wordt in kleurige letters de door u gewenste naam of initialen (max. 10 letters) "naamloos" aangebracht.
Categorie per handdoekdoek 34, 99
Bestelnummer wit: 12 825 65
Bestelnummer blauw: 12 826 90
Bestelnummer rood: 12 826 96

Leeze King handdoek met naam + washandje
De meest populaire 1 Downy liguur van dit moment op een handdoek. Bovendien wordt op deze handdoek de naam van uw kind of klein kind (max. 10 letters) gebordurd. 100% katoen, maat: 50 x 90 cm. Met bijpassend washandje!
№. 12 801 46
Categorie per set 29, 99

Regenstoel
Eenvakig, daar is het dat uw eigen regenstoel. Deze eigenzinnige stoel is gemaakt van sterk leerkunststof met een donkergroene canvas zitting en rugleuning. In de rugleuning wordt in sierlijke afklingende letters de door u gewenste naam gebordurd.
№. 12 824 17
Categorie 69, 99

Persoonlijk briefpapier
Uw eigen briefpapier en visitekaartjes nu als speciale aanbieding bij uw set 50 vel briefpapier (A4) met naam, adres en telefoonnummer: 50 enveloppen (11 x 22 cm) met naam en adres: 50 visitekaartjes (10 x 5 cm) met naam, adres en telefoonnummer. De tekst wordt gedrukt in 4 regels van maximaal 24 letters/tekst per regel, inclusief spaties.
№. 12 895 11
Categorie 33, 99

U WILT NIEMER UIT DE VOLGENDE SPORTTEREÏENEN:
VRIJSTRIJK - TENNIS - VOLLEYBAL - TENNIS - PARASURFEN - SURFEN - BALLET - SHYEN - GOLF - BARNHOUTON - BUNJLEN - ZWEMMEN - BAL - NETBALL - VISSEN - SQUASH - TAFeltennis - SCHAKEN - WIEL - RENNEN - VEERTSPORTEN - JONGEN EN HOCKEY.

Voor de gepersonaliseerde artikelen kunt u terecht bij de meest bekende merken. Dit verzekert u van kwaliteit en prijs. Naast u van de beste producten die mogelijk zijn te maken, zijn er ook nog andere artikelen die u kunt bestellen.

11 lange jaren hebben we gigantisch zaken gedaan. Het abrupte einde kwam in 2002, toen het ECI hoofdkantoor besloot een nieuw computerprogramma te schrijven voor bestelorders van hun Europese vestigingen. Helaas hadden ze in de nieuw geschreven software geen ruimte gehouden voor een systeem dat voor verwerking van gepersonaliseerde artikelen noodzakelijk was, dus konden de persoonlijke gegevens niet meer door ECI worden verwerkt.

Maar terug naar 1988. Ik was niet tevreden over de machineleverancier, bestellingen voor software waren schreeuwend duur en hadden maanden levertijd. Een vertegenwoordiger van een handdoekenleverancier bracht mij in contact met Arjen van Koppen, ook een bezitter van een Meistergram borduurmachine. We staken de koppen bij elkaar, belden met ene Steve Gluskin van Macpherson-Meistergram en vlogen vervolgens naar North Carolina waar we de exclusieve import van de machines voor Nederland kregen en konden van start met Masterstitch b.v.. De orders voor machines kwamen binnen en onze grote kracht was het begeleiden van startende ondernemers en door hen te steunen met onze ervaringen konden zij snel een plaats op de markt vinden.

In de begin jaren 90 gingen we ons specialiseren in het zelf ontwikkelen van software waarin we binnen europa een prominente plaats verwierven. Waar we op de top 6 digitizers bezig hielden en een aanzienlijk bedrag per jaar in software konden omzetten. Ook verworven we de exclusieve

rechten van de bestaande software als alfabetten en themapakketten. De ontwikkelingen gingen maar door, en we namen uiteindelijk ook de agentschappen voor Duitsland en Frankrijk over. Arjen's perfecte kennis in woord en geschrift van buitenlandse talen maakte het mogelijk eenvoudig en professioneel te communiceren met het buitenland. Ik hield me voornamelijk bezig met de verkoop.

Rond 1995 vertrok Steve Gluskin bij Meistergram. Door zijn vertrek lag de nadruk voor de nieuwe eigenaar niet voldoende meer op het unieke Meistergram product, hetgeen men vooral in de USA ging merken. Nieuwe modellen ontwikkelen was niet meer vanzelfsprekend. Op de 'Bobbin Show' in Atlanta, waar vergaderd werd over de toekomst van Meistergram, heb ik met de toenmalige directie gesproken waar, mede door ons toedoen, men besloot om een ander project te schrappen en met dit vrijgekomen budget een 'millenium'-machine te maken de: Meistergram 2000.

Op een gegeven moment besloot Neil Macpherson de zaak te verkopen aan Wilcox and Gibbs, een autoriteit op het gebied van naaimachines en toebehoren. Maar zonder goede kennis van de voordelen van het unieke Meistergram product. Op een gegeven moment leek het er zelfs op dat de machine uit het assortiment zou verdwijnen, waarop Barudan America de productierechten opkocht en de Meistergram voortaan de B(arudan) 2000 ging noemen. De naam van Meistergram werd echter niet overgenomen.

In 2003 besloten mijn compagnon Arjen en ik onze eigen weg te gaan en zette ik Masterstitch in aangepaste vorm voort. Gedurende die jaren heeft Masterstitch bv het onderhoud van de Meistergram machines voortgezet en daarbuiten ook Barudan en Tajima apparatuur verkocht aan startende en bestaande bedrijven in Europa. De naam Meistergram bleef echter 'smeulen', immers eerste liefde vergeet je niet. Daarom waren we ook blij dat we in contact kwamen met een fabrikant met een 100 jarig verleden in naaimachines, die het concept van Meistergram wél begreep de naam alsnog overnam, en vervolgens met zijn lange geschiedenis in machine- engineering steeklusmachines ging ontwikkelen die perfect aan zouden moeten sluiten bij de bestaande Meistergram zig-zag machines. Ook werd het plan opgevat om het 'oude' zigzag systeem nieuw leven in te blazen en door te ontwikkelen,

Pantograms Amerika, hoofd dealer voor USA en Canada van Toyota, claimde onmiddellijk de alleenverkoop voor USA en Canada van het Meistergram product en was onder de indruk van de kwaliteit.

We schrijven nu begin 2010, de nieuwe Meistergram collectie is een feit. Een fraai assortiment enkel en meerkops industriemachines. De lage dollarkoers en de gunstige prijs stelt ons in staat om verder 'door te borduren' op het mirakel dat Meistergram heet ! Een van onze eerste Meistergram klanten 'De Klossenboss' in Vijfhuizen draalde dan ook niet toen de nieuwe collectie op de markt kwam. Elly bestelde direct 2 stuks 15 naaldsmachines om haar bestaande Meistergram machinepark aan te vullen.

Tot zover de geschiedenis van 67 jaar Meistergram, waarvan wij er 25 van mochten meemaken. We maken ons op voor de volgende decennia Meistergram, gesteund door een ervaren team van mensen die al jaren in ons bedrijf meewerken en de hele Europese periode van Meistergram tot op heden hebben meegemaakt.

Deze mensen, sommige met een staat van dienst van 24 jaar, staan te trappelen om u van dienst te zijn met het starten in de nog immer springlevende en winstgevende borduurhandel in het segment van veel variabel werk.

Dick Steenman
Masterstitch bv.

De Meistergram geschiedenis kwam tot stand mede door Steve Gluskin 'mr. Meistergram' met wie we nog steeds een regelmatig en vriendschappelijk contact hebben en ons blijft volgen op de ooit ingeslagen weg.

