

GLAMOUR

**BIGGEST
FASHION
MAGAZINE**

NÚ
€1,95
SEPTEMBER
2010

**HOLLANDS
TOPMODELLEN**
WAAROM 'ONZE' BEAUTY'S
DE WERELD VEROVEREN

**1037
TRENDS**

- NOORSE BREISELS
- SEXY & SIMPEL
- LUXE LAMMYCOATS
- STYLISH CAMEL
- LADYLIKE

SNEL GELD
TIPS & TRICKS
OM JESALDO
AAN TE VULLEN

DOUTZEN
Ik ben zó blij,
ik word gewoon
mama'

**GROTE
HET MODE
NUMMER**

CATWALK-INSPIRATIE: ALLE NIEUWE MAKE-UP LOOKS



AP

Wat doet HTNK? “We zijn matchmakers. We begeleiden mensen naar banen en opdrachten in de mode. Onze database bestaat uit 15.000 mensen die allemaal een mode-achtergrond hebben. De consultants die hier werken hebben ook hun eigen expertise in het vak. Daardoor kan ik een *high-level* designer koppelen aan een consultant die zelf als designer bij grote merken heeft gewerkt, en dus precies weet wat er wordt gevraagd. Daarnaast hebben we een soort loketfunctie. Ik wil iedereen die binnenloopt en een vraag heeft over mode kunnen helpen. Van welke opleidingen er zijn tot wat een baan als merchandiser inhoudt. Mijn doel is om het allerhoogste niveau na te streven wat mode betreft.”

Hoe staat de mode ervoor in Nederland? “Het is goed dat heel veel jong talent een kans krijgt. Maar wat we missen is een overkoepelende organisatie als een Dutch Fashion Council. Daardoor ontbreekt de koppeling tussen het bedrijfsleven en creatief talent. Een goede ontwerper is niet meteen in staat zijn eigen label te beginnen. Met HTNK en een aantal andere partijen hebben we daarom een project opgezet: ‘turning talent into business’, om ontwerpers te begeleiden naar ondernemerschap.”

Meest memorabele modemoment? “Ons project Red Light Fashion Amsterdam. Ik gaf een paar mensen van de gemeente een rondleiding door dit pand hier op de Oudezijds Achterburgwal (daar zitten veel creatieve bedrijven, red.). Ze vertelden dat er achttien panden op de Wallen tijdelijk zouden vrijkomen waarvoor ze nog geen invulling hadden. Ik heb ontwerpers gebeld, van Jan Taminiau



5 Na haar opleiding tot designer aan de modeacademie van Arnhem werd **MARIETTE HOITINK** hoofd inkoop en styling bij een groot modemerk. Omdat ze vaak werd benaderd door headhunters die mode erbij deden, besloot ze een fashion recruitmentbureau te beginnen, HTNK.

hen wat leek om een jaar te wonen en te werken in het centrum van Amsterdam en de ramen te gebruiken als etalage. Voor mij heeft het een belangrijke sociale functie. De ontwerpers laten aan een internationaal publiek zien hoe

letterlijk en figuurlijk de ruimte om te groeien en dan blijken het niet alleen creatieven te zijn maar ook ondernemers en fijne burenen.”

Jumpsuit (And Beyond). Zonnebril (Ray-Ban), ketting (Gem Kingdom), horloge (Timex), clutch (Martin Margiela), enkelbooties