



# LEVE DE COMMERCIE

WAT DOET EEN NEDERLANDSE MODEONTWERPER DIE NIET VAN ZIJN EIGEN

LABEL KAN LEVEN? DIE MELDT ZICH AAN BIJ HTNK, BEMIDDELINGSBUREAU TUSSEN MODECREATIEVEN EN DE CONFECTIEINDUSTRIE. 'HET IS WEL EENS PRETTIG OM GEWOON GELD TE VERDIENEN.'

tekst milou van rossum fotografie morad bouchakour

> **Toen Carlo Wijnands** (40) eind jaren tachtig klaar was met de modeopleiding van de Arnhemse kunstacademie, wees alles erop dat hij 'de grote ontwerper' zou worden. Hij behoorde tot de vier besten van zijn jaar en vroeg, op aanraden van Benno Premsele *himself*, een startstipendium aan en won een belangrijke internationale modewedstrijd. 'Ik stond op zo'n voetstuk.'

Maar na een paar seizoenen moest hij afhaken. Het eigen label waarmee hij de wereld moest veroveren, kwam nooit van de grond. 'Het was echt heel, heel zwaar. Ik bleek toch niet zo'n *diehard* als ik had gedacht.'

Na wat freelance werk voor v&d ('Ik lag huilend in mijn bed omdat ik van die geblokte, gebreide mannentruien moest ontwerpen'), belandde hij als ontwerper van kinderkleding bij de inmiddels opgeheven goedkope-kledingketen Kien. En ook al had hij zich een paar jaar daarvoor nog 'voor zijn

kop geschoten' als hij had geweten dat hij daar terecht zou komen, hij had het er reuze naar zijn zin. 'Iedereen zei: het is zo onder je niveau. Ik schrok aanvankelijk ook erg van de winkel. Maar het was een heel leuk en sociaal bedrijf. En ik kwam eindelijk met mijn voeten op de grond.'

Tegenwoordig is Wijnands docent op de academie van Arnhem, en consultant bij HTNK. HTNK, kort voor Hoitink, de achternaam van oprichter Mariëtte (38), is een bemiddelingsbureau voor modeontwerpers, inkopers en stylisten.

**Hoitink**, naar *eigen* zeggen de eerste Arnhemse modestudent die tijdens haar stage al koos voor de commercie ('ik was er snel achter dat ik geen topontwerper was') richtte het bureau op in 1997, nadat haar baan als inkoper bij Cool Cat, waarvoor ze bijna voortdurend op reis was, na een lange

## » designmode maken is eigenlijk heel eenzaam «

ziekte te zwaar was geworden. Omdat ze bij haar voormalige schoolgenoten had gemerkt dat modeontwerpers over het algemeen erg slecht zijn in het zichzelf verkopen – 'zakelijk talent gaat bijna nooit samen met creativiteit; geld is gewoon een andere hersenhelft' – besloot ze in dat gat te springen.

Inmiddels hebben Wijnands, Hoitink, haar zus Hanneke (36) en Cecile Bruggink (38) – de laatste twee zijn eveneens voormalige ontwerpers – meer dan tweeduizend ontwerpers, stylisten en productmanagers in hun bestand. Het merendeel van hen hebben ze aan een vaste of een tijdelijke baan geholpen. Bij – steeds meer – grote buitenlandse bedrijven en designlabels, maar vooral bij Nederlandse merken.

**De Nederlandse designlabels, Viktor & Rolf uitgezonderd, hebben het erg moeilijk.** Nederland zelf is een slechte markt voor het soort prijzige, conceptuele kleren dat ze maken. En ook in het buitenland blijkt het lastig voet aan de grond krijgen, zeker in deze tijd waarin ook grote modehuizen als Gucci het moeilijk hebben. Afgelopen herfst nog stopten twee van de meest veelbelovende talenten, Saskia van Drimmelen en Niels Klavers, met hun prêt-à-porter collecties.

Hoitink: 'Van de zomer had ik een vacature bij een bekende Belgische ontwerper. Hij werd helemaal verlegen van de mensen die zich aanboden. Ontwerpers die een paar seizoenen geleden nog zijn directe concurrenten waren in Parijs.'

En toch. 'Er wordt in Nederland heel veel ontworpen', zegt Mariëtte Hoitink. 'Echt niet alleen voor Miep met de boodschappentas.' Er zijn, mede door de komst van het Zweedse H&M en het Spaanse Zara, natuurlijk wel klappen gevallen. Maar er is voor een ontwerper nog werk zat. 'Mensen kopen merken waarvan ze niet eens in de gaten hebben dat ze uit Nederland komen. Mexx, Laundry Industry, Turnover. Maar ook Tommy Hilfiger en Nike. Die hebben hier hun Europese hoofdkantoren zitten, die uitpuilen van de mensen.'

Bij al die merken zitten inmiddels een hoop ontwerpers die ooit hun eigen merk

hadden, of nog altijd hebben. Hoitink: 'Bijna iedere Nederlandse ontwerper staat in ons bestand. De eerste keer dat ze hier komen, hebben ze meestal behoorlijk wat gêné, vooral als ze voor zichzelf hebben gewerkt. Viktor & Rolf doen er ook een commercieel collectie naast, iCB, maar die zijn daarvoor benaderd omdat ze Viktor & Rolf zijn.'

'Het is een heel ander verhaal als je zelf moet gaan vragen om anoniem werk. De meesten willen ook dat het geheim blijft. Maar bedrijven zijn vaak zeer vereerd als dat soort mensen voor ze willen werken.'

En het merendeel van de ontwerpers blijkt het, net als Wijnands, uiteindelijk 'hartstikke lekker' te vinden.

Hoitink: 'Commercieel werken is vaak een enorme opluchting. Designmode gaat heel erg over jezelf, dus alle kritiek die erop komt, is ook heel persoonlijk. Het is eigenlijk heel eenzaam. Bij een groot bedrijf heb je veel meer afstand, omdat je voor een doelgroep werkt. Daardoor kun je zelf vaak openos objectiever naar je eigen merk kijken. En je hebt een heel team om je heen om mee te kunnen overleggen. Het is ook weleens prettig om vijftiend kleren te verkopen, in plaats van vijftig. Een keer gewoon geld te verdienen.'

Niet iedereen is er overigens even geschikt voor. 'Sommigen kunnen de stap niet maken, omdat ze nog nooit commercieel hebben gedacht – wat natuurlijk ook vaak de reden is dat zo'n label mislukt. Maar je hebt er ook die er heel goed in zijn. Riet en Truus Spijkers hebben hun eigen label Spijkers & Spijkers, maar werken daarnaast voor een flink aantal andere bedrijven. Zij tekenen de ene complete collectie na de andere.'

Oscar Raaijmakers en Suleyman Demir, samen modeduo Oscar Suleyman, leken even internationaal door te breken met hun supervrouwelijke, sexy kleren, maar ze overleefden de gevolgen van 11 september niet. De collectie die ze in oktober 2001 in Parijs presenteerden, werd zo slecht ingekocht dat het meteen hun laatste was.

Via HTNK tekenden ze vorige week een contract bij het vrolijke, totaal niet sexy kinder- en vrouwenmerk Oilily, waarvoor ze een



deel van de vrouwencollectie zullen gaan maken.

**Je zou het niet zeggen, gezien de recente golf van Nederlandse designlabels, maar mode ontwerpers is een minder geliefd beroep dan vijftien jaar geleden.** Meldden zich in die tijd op één academie nog honderden mensen per jaar aan die vervolgens door een streng toelatingsexamen moesten, de laatste tijd mogen de academies blij zijn als ze voldoende modestudenten hebben, en moet een school zijn best doen ze te houden.

'Jongeren zijn veranderd; ze willen geld verdienen', zegt Carlo Wijnands. 'Ze schrikken zich ook rot als ze horen wat het beginsalaris van een ontwerper is: 1500 euro bruto, nog precies hetzelfde als waar wij indertijd mee begonnen. Maar als je net van school komt, kun je eigenlijk nog niets. Je kunt geen technische tekening maken, je kunt niet in doelgroepen denken, en communicatie, daar weten ze helemaal niets van. En dan zitten ze tussen van die doorgewinterde handelaren met een flinke babbel. De echte opleiding begint eigenlijk pas na school.'

Zo'n honderd modestudenten studeren er nog af per jaar. Van hen blijven er, schat HTNK, zestig over die daadwerkelijk willen gaan ontwerpen. De talenten die een baan krijgen bij een grote internationale ontwerper, is Nederland meteen kwijt. Bij bijna alle grote merken werken Nederlanders. Het in Italië gevestigde jeansmerk Diesel draait op Nederlanders, maar ook bij huizen als Yves Saint Laurent, Christian Dior en Ralph Lauren zitten Nederlandse ontwerpers in het ontwerpsteam. Ze zijn geliefd om hun creativiteit in, zoals het cliché wil, hun nuchterheid, hun werklust en hun gebrek aan pretentie. Zoals Wijnands zegt: 'De echt fanatieken rapen desnoods voor niks de spelden op bij Vivienne Westwood.'

De andere 55 blijven het proberen in Nederland. Sommigen pogen, al dan niet via het Fashion Institute Arnhem, de postacademische opleiding van de Arnhemse kunstacademie, een eigen label, de rest moet, in de woorden van Hanneke Hoitink, 'gewoon de confectie in.'

Mariëtte Hoitink: 'Het is altijd goed om eerst bij zo'n bedrijf te werken, ook als je een eigen label wilt. Sommigen zijn zo bang hun creativiteit te verliezen. Ze zeggen: "Ja, maar dan pikt zo'n merk al mijn ideeën af." Maar zonder een fabrikant die achter je staat lukt het niet. Zo'n label sleept zich een paar jaar van seizoen naar seizoen, maar dan houdt het meestal echt op.'

'Je hebt gewoon geld nodig, en banken zijn niet bepaald dol op de modewereld, zeker nu niet. Met Viktor & Rolf gaat het goed omdat ze een grote producent achter zich hebben. Maar zo'n producent wil dat je je eerst bewijst.'

**Een goede** modeontwerper, zegt Mariëtte Hoitink, is vooral ook bezig met dingen die niets met kleren te maken hebben. 'De oorlogsdreiging bijvoorbeeld, de populariteit van kindergroep K3, dat we met z'n allen weer liever op zondagmiddag bij elkaar eten dan in een café te gaan zitten, dat iedereen een mobieltje heeft – het vertaalt zich allemaal naar mode. De eerste reactie op 11 september was de armykleiding waarmee nu de hele stad vol hangt, maar de vertaling op langere termijn is een hang naar persoonlijke en huiselijke kleren. De afgelopen jaren is er een enorm gebrek geweest aan denim-specialisten, maar nu die trend weer over zijn hoogtepunt heen is, zie je dat het allemaal richting *knitwear* gaat. Dat heeft iets veiligis, iets eigens, en daar hebben veel mensen behoefte aan in een tijd als deze. Dat zijn dingen die je als ontwerper van tevoren moet kunnen zien aankomen.'

Behalve naar breispecialisten – 'het ontbreekt enorm aan technische kennis' – is Hoitink de laatste tijd vooral naarstig op zoek naar mannenontwerpers. 'Bijna iedereen kiest altijd automatisch voor vrouwen omdat daar altijd zo veel meer in te doen is geweest, maar de mannenmode heeft de laatste paar jaar een enorme ontwikkeling doorgemaakt. Het is strak en sexy – hetero's gaan ook naar de sportschool – en het is móde geworden; je ziet soms alleen nog aan de blikken wie homo is en wie hetero. Maar er is natuurlijk een grensvlak, en zijn dingen die hetero's nog steeds niet dragen. Als je een hetero man bent die mannenkleed maakt, ben je op het moment een *hot item*.'

www.htnk.nl

eer

# HTNK

advies en bemiddeling bv

Mariëtte Hoitink

Nieuwezijds Kolk 35  
1012 PV Amsterdam  
T 020 431 15 77  
F 020 430 24 12  
M 06 55 81 57 81  
mariette@htnk.nl  
www.htnk.nl



# HTNK

advies en bemiddeling bv

Hanneke Hoitink

Nieuwezijds Kolk 35  
1012 PV Amsterdam  
T 020 431 15 77  
F 020 430 24 12  
M 06 29 05 15 90  
hanneke@htnk.nl  
www.htnk.nl

In de ho...  
coupé v...  
lende o...  
zelfs zo...  
met he...  
zei hij v...  
naast h...  
heer wa...  
witte so...  
we het

trein in een weiland met een ruk tot stilstand. Het mannetje stond meteen op en loerde naar buiten. Er was natuurlijk niets te zien.

'Ik heb e...  
'dat er...  
de rails...  
worden...  
ging we...  
'Er is al...  
beetje o...  
'Dat val...  
al dertig...  
heb ik n...  
moment...  
plezier...  
schapsmens.

'Reist u zomaar wat heen en weer?', vroeg ik. 'Van puur geluk', knikte hij, 'want vorig jaar

# HTNK

advies en bemiddeling bv

Cécile Bruggink

Nieuwezijds Kolk 35  
1012 PV Amsterdam  
T 020 431 15 77  
F 020 430 24 12  
M 06 21 26 07 97  
cecile@htnk.nl  
www.htnk.nl

?', vroeg ik, 'dat erger als ze... en machinist... ander mens... de hij plech... gezelschaps... mens, een machinist is een einzelgänger. Die zit de hele dag alleen.'

'Heeft u wel eens meegemaakt dat iemand... g ik. Zelf had... bordreint ge... had het me... dat het heel... der konden... een keer of

# HTNK

advies en bemiddeling bv

Carlo Wijnands

Nieuwezijds Kolk 35  
1012 PV Amsterdam  
T 020 431 15 77  
F 020 430 24 12  
M 06 15 04 20 97  
carlo@htnk.nl  
www.htnk.nl

broedje Pang of IJzerkroketjes halen in veldrindgen. Op een dag had ik het door; ik moest terug op de trein! Pas sinds een week ben ik weer conducteur en ik moet u zeggen...' Hij zweeg even en slikte, 'hier zit een volmaakt gelukkig mens.'

acht. Het is iets verschrikkelijks, want vaak is er net voor de klap oogcontact tussen de machine en de blik raken... '...ort bij stil ge...

...s vervelends... maar ik ben... matig in een... passagiers... hebt van die... nsen zonder... s uit. Ik deel... e zijn helaas

sinds kort... Precies op het moment dat de zon doorbrak, begon de trein weer te rijden. De conducteur baadde in het licht. Ik zag dat hij zijn billen zachtjes en tevreden heen en weer bewoog op de schapenvacht. Hij glimlachte.