

textilia

Máxima op
Mode Biën

Winter 2010/2
Li Edelkoort voors

Berlijn
Jeans, jeans, jeans

Amsterdam
Must-see

Parijs
Ontdekkingstocht

BEURZENCIRCUS

BRANCHE NIEUWS

CIJFERD



4,5%

percentage krimp de Nederlandse
ie in het eerste kwartaal van 2009 ten
van dezelfde periode in 2008.
e grootste daling sinds de Tweede
orlog.

Schouder-
ngen horen in
ren tachtig. Ik
dat we vooruit
ren denken,
achteruit ”

modeontwerpster
la Versace in het week-
za, juni 2009.

Highlights
Buitenland

Christian Lacroix

Polo Ralph Lauren

Branquinho

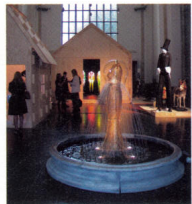
The Red Flag

Opening Mode Biënnale hapert

Op vrijdag 5 juni ging de derde editie van de Arnhem Mode Biënnale van start met een officiële openingsshow in aanwezigheid van prinses Máxima. De show bestond uit een serie objecten van verpakkingsmateriaal die door modellen over een loper (geen catwalk) werden gedragen. Prinses Máxima sloeg het beleefd gade, maar voor een groot deel van het publiek was het duidelijk een raadsel wat de tocht van vormloze verpakkingen met mode te maken had. De bedenker van deze show had schijnbaar geen idee waar hij het met dit publiek (sponsors?) over wilde hebben. Na afluop reageerde modejournaliste Fiona Heering dan ook dat ze het zo leuk vond 'hoe hartelijk de prinses werd ontvangen'. Artistiek directeur van de derde Mode Biënnale, Pieter 't Hoen, had het vijf uur eerder ook al laten afweten tijdens zijn openingswoord voor de pers. Hij had het over het internationale karakter van deze editie, door bijdragen van buitenlandse ontwerpers aan de tentoonstelling Shape, maar zijn hakkende verhaal in het Engels kwam echt niet over. Tot overmaat van ramp was er met de catalogi over de tentoonstelling die nacht iets misgegaan bij de drukker. De Arnhemse burgemeester Paulien Krikke had met 'haar' Mode Biënnale wel een helder doel voor ogen: "Arnhem beschikt over de beste modeopleiding van Nederland. Maar toen ik aantrad als burgemeester, was mode niet zichtbaar in de stad. De derde Biënnale is ook weer met dezelfde kracht vormgegeven en wat opvalt ditmaal is het internationale karakter, maar



Prinses Máxima (In Jan Taminiau) op de tentoonstelling Shape. Rechts artistiek directeur Pieter 't Hoen en achter hem burgemeester Paulien Krikke.



ook de ruime aandacht voor jong talent." Op de eerste dag waren alleen de laatste twee zichtbaar. De tentoonstelling op vijf meter boven straatniveau gaf uitleg over de vormgevende principes die verschillende (internationale) modeontwerpers hanteren in hun werk. In het Arnhemse filiaal van De Bijenkorf kreeg jong modetalent een reuke aandacht in de pop-up-stores. Het gelaagde 'werkkostuum' met bloemcorsage van Francisco van Benthum voor Pieter 't Hoen gooidde hoge ogen bij de aanwezige pers. Prinses Máxima ten slotte droeg een pak uit de 'postzak'-collectie van Jan Taminiau. Met dit soort ingrediënten had de



De bezoeker rechts lacht als hij ontdekt dat hij staat te wachten op een pop.



openingsshow waarschijnlijk wel een onvergetelijke indruk gemaakt op het publiek.

FOTO: MIRIAM BEEKHOUT

Overzichtelijke indeling

Het beursontwerp van Modefabriek borduurt voort op het vernieuwde concept dat de organisatie in januari 2009 met succes introduceerde. De labels uit het hoog- en midden-hoogsegment presenteren hun collecties in zelf vormgegeven stands en expositieruimtes en het beursoppervlak wordt opnieuw ingedeeld in zeven segmenten: Refined, Appearance, Authentic, Limited, Industry, Department en Subculture.

Refined is het platform voor de meest luxe en vooruitstrevende labels uit binnen- en buitenland met inspiratie en informatie over de nieuwste trends.

Appearance toont hoogwaardige labels met een selectieve distributie. Het is een selectie van toonaangevende en trendsetende smaakmakers met een krachtige merkbeleving.

Authentic brengt trendgevoelige en commerciële mode voor een brede groep met naast internationale merken ook labels van Nederlandse bodem.

Limited heeft progressiviteit als basis, waar innovatieve denimlabels hand in hand gaan met originele en individualistische merken die bekend staan om hun geheel eigen benadering.

Industry is een podium voor jeans- en jeansgerelateerde labels. Commerciële merken met een krachtig imago, gericht op een brede, modebewuste doelgroep.

Department brengt businessgeoriënteerde mode voor de moderne generatie. Dit segment toont een balans tussen casual en chic, sport en leisure.

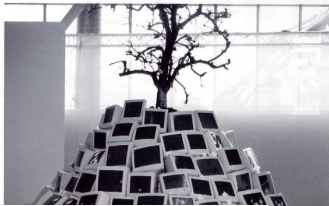
Subculture biedt labels met hun roots diep verankerd in de straatcultuur en aanverwante scènes, zoals skate, hiphop en punk.

FOTO: HARRY BEMPTES



Jong talent

Modefabriek richt zoals gewoonlijk een New Design Area in voor



...der zijn.

Jong talent

Modefabriek richt zoals gewoonlijk een New Design Area in voor veelbelovende nationale en internationale designernamen. Deze sectie, met de platforms Next en Cutting Edge dit keer recht tegenover elkaar, is gesitueerd op een prominente plek, direct naast de vip- en perslounge. Next toont kwalitatief hoogwaardige en draagbare collecties van veelbelovende nationale en internationale ontwerpers en labels die het beginstadium net gepasseerd zijn en bezig in hun thuisland als daarbuiten een aantal verkooppunten hebben. Cutting Edge laat avantgardistische collecties zien van 'designers on the edge'. Deze ontwerpers hebben zich op professioneel vlak al bewezen, bijvoorbeeld na het winnen van een award of na het organiseren van een succesvolle show.

Binnen de sectie Talent 2009 worden verfrissende afgestudeercollecties van kersverse ontwerpers tentoongesteld. Het Talent-programma is een initiatief van Modefabriek in samenwerking met HTNK fashion recruitment & consultancy, met iedere zomereditie een selectie uit het afgestudeerwerk van de verschillende prominente Nederlandse modeacademies.

bezoek aan
hoek van de
is ijs, nog op
en volgens
nse ijs van
'Ner staat...
gelmatig.

FOTO: INCA