

ONDERWIJS

House of Denim Bouwt aan een blauw Amsterdam

door Ruud van Slooten

Het afgelopen najaar ging onder de vleugels van het ROC Amsterdam de eerste speciaal op de jeansbranche gerichte opleiding ter wereld van start. Een initiatief van de House of Denim, dat in 2009 door James Veenhoff in het leven werd geroepen en bouwt aan een stevig fundament onder de Nederlandse jeansindustrie. Na het realiseren van de Jean School wordt nu het vizier gericht op de constructie van een Blue Lab in Amsterdam.

In 2009 kreeg James Veenhoff de IJ-prijs voor het opzetten van de Amsterdam Fashion Week. De prijs wordt jaarlijks toegekend aan een persoon die een belangrijke bijdrage levert aan de internationale profilering van Amsterdam en de ontwikkeling van de stad. Het geldbedrag van 12.000 euro dat hieraan verbonden is mag worden besteed aan een goed doel. Veenhoff hoefde niet lang na te denken en richtte House of Denim op, een stichting die tot doel heeft kennis, innovatie en duurzaamheid te bevorderen binnen de jeansbranche in Amsterdam. Deze is de laatste twee decennia enorm gegroeid dankzij Nederlandse merken als G-Star, Scotch & Soda, Kuyichi, Denham, K.O.I en Blue Blood, maar ook brands als Levi's, Pepe Jeans en Hilfiger Denim die in Amsterdam internationale hoofdkantoren of design studio's openden. Een miljardenindustrie inmiddels, maar wel één waar iets aan ontbrak.

Het House of Denim waar Veenhoff – partner bij het consultancy bureau Fronteer Strategy – samen met Mariette Hoytink (eigenaar van HTNK fashion recruitment & consultancy) veel energie en tijd in steken steunt op vier pijlers. De opening afgelopen najaar van de Jean School, in samenwerking met het Amsterdamse ROC, is daar één van. De andere drie zijn het netwerkplatform Indigo Embassy en het opzetten van een Blue Lab en Denim Archive. Veenhoff: 'Met dit netwerkplatform gaan we naar evenementen in het buitenland om contacten te leggen en experts uit de branche ons verhaal te vertellen. Zo zijn we in 2012 naar de Bread & Butter, de India Fashion Week en Istanbul geweest en ik wil in 2013 in elk geval naar Californië. Ik ben al lang in de jeans business actief en werkte bij Pepe Jeans, Evisu, Blue Blood

In navolging van de MBO-opleiding Jean School en vanuit de vraag in de markt naar afgestudeerden met kennis op het gebied van denim, biedt Hbo-instelling Amsterdam Fashion Institute (AMFI) sinds kort een Denim Minor aan. AMFI-studenten – maar ook afgestudeerden van de Jean School of andere mode opleidingen – kunnen deze specialisatie gedurende één semester (20 weken) volgen. Leslie Holden, hoofd van de richtingen Fashion & Design en Fashion & Management van het AMFI: 'De Denim Minor is een toevoeging aan ons portfolio van *reality school* concepten waar we nauw samenwerken met de industrie en waarbij daadwerkelijk een product wordt gecreëerd. De nadruk ligt natuurlijk wel op het leerproces en de kennismaking met alle facetten – en met name de technische aspecten – van de jeansbranche.' De structuur van de Minor bestaat uit drie delen: research & design, development & design en commercial presentation. amfi.nl

en Hilfiger Denim, maar merk dat ik toch nog steeds veel professionals niet ken omdat de meeste bedrijven hun netwerken nogal afgesloten houden.'

JEAN SCHOOL

De Jean School is de eerste speciaal op de jeansbranche gerichte opleiding ter wereld. Zeven jaar geleden kwam het idee bij James Veenhoff voor het eerst op na een gesprek met vertegenwoordigers van het ROC. 'Ik had altijd al interesse in het mbo omdat ik vond dat daar geen goede aansluiting is met de jeansbranche. Ik weet dat niet alleen uit eigen ervaring, maar ook door mijn contacten via House of Denim. Bij alle merken – van G-Star, Hilfiger Denim, Scotch & Soda en K.O.I tot een keten als We – hoorde ik dat ze nieuwe medewerkers voor *design & development of buying & sourcing* functies zelf moeten opleiden. Dat is

'Expertise is van cruciaal belang voor het stukje *added value* waar we in Nederland zo goed in zijn, want we fabriceren eigenlijk niks maar we ontwerpen wel veel'

natuurlijk onzinnig voor zulke belangrijke hoofdisciplines waarvoor de experts nu vaak uit het buitenland worden gehaald. Expertise is van cruciaal belang voor het stukje *added value* waar we in Nederland zo goed in zijn, want we fabriceren eigenlijk niks maar we ontwerpen wel veel. Het vertalen van die designs naar patronen, maar ook materialenkennis, het aansturen van productieprocessen als wassen, laseren en schuren is het werk van denim developers. De Jean School gaat die nu opleiden.'

Mira Copini is coördinator van de Jean School bij het ROC Amsterdam. Zij valt Veenhoff bij: 'Wie straks van de opleiding komt kent de hele ontwikkeling van denim, van het plantje dat de katoen levert tot het product dat uiteindelijk in de winkel wordt verkocht. Er wordt veel aandacht besteed aan onderdelen als het maken van patronen. Essentieel voor de juiste vertaling van een ontwerp. Ook de vraag of het design überhaupt geproduceerd kan worden voor een realistische prijs komt aan bod. Binnen Jean School ontmoeten het traditionele vakmanschap achter denim en het hele proces van massaproductie elkaar.'

PROFESSIONALS UIT DE BRANCHE

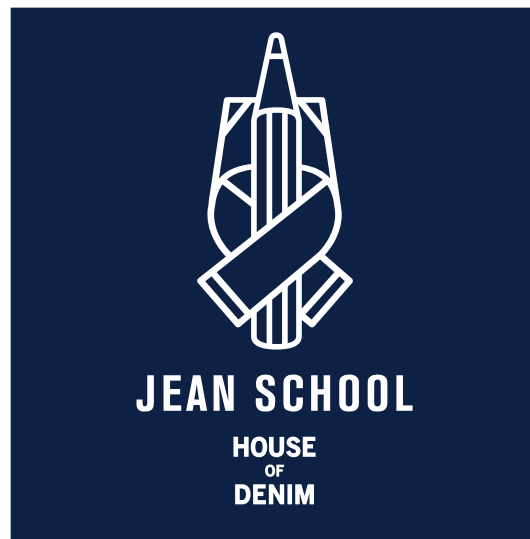
Om het hele traject van productontwikkeling tot eindconsument binnen de opleiding te brengen wordt ook gedacht aan het opzetten van een aan de school verbonden eigen label of winkel, zodat hier werkervaring kan worden opgedaan. Met de inkomsten hieruit kunnen andere onderwijsprojecten worden gefinancierd. Jean School heeft verder contact met het AMFI-Amsterdam Fashion Institute (zie kader) en het bedrijfsleven over samenwerking. Copini: 'Diverse professionals uit de jeansbranche hebben meegewerkt aan het lesprogramma of gaan gastcolleges verzorgen, zoals Menno van Meurs van Tenue de Nimes, Tony Tonnaer van K.O.I, Alex Jaspers van Scotch & Soda en blogger Wouter Munnichs van Long-John.nl die onder andere zes jaar voor Diesel werkte. De opleiding duurt drie jaar met elk studiejaar een stageperiode van tien weken. Het eerste jaar is dat bij een retail organisatie en het tweede jaar bij de design afdeling van een bedrijf. Het derde jaar staat in het teken van specialisatie. De Jean School is een regulier geaccrediteerde modeopleiding dus je kunt hierna ook bij We, Mexx of Marlies Dekkers aan de slag. Of je begint je eigen bedrijf.'

BLUE LAB

Na de opening van de Jean School richt House of Denim het vizier op de realisatie van een innoverend Blue Lab in de hoofdstad. Veenhoff: 'Dit high-



Boven James Veenhoff en anderen aan het werk op de Jean School.



tech research & development center is een heel belangrijk project, want daar gaan we werken aan technologische en duurzame oplossingen voor de hele laundry en finishing industrie. Bij deze processen, zoals stonewashen, laseren en de toepassing van zuren, worden enorme hoeveelheden water gebruikt en komen talloze giftige afvalstoffen vrij. *Towards a Brighter Blue* is het overkoepelende motto.'

Bij het tegelijkertijd innovatieve, educatieve en commerciële project zijn jeansbranche en kennisinstellingen, maar ook de gemeente Amsterdam betrokken. Inmiddels is er voor

het Blue Lab een potentiële locatie in Amsterdam-Oost gevonden. De financiering van rond de twee miljoen euro komt voor een groot deel van de Turkse FG Group. Veenhoff reisde onlangs af naar Turkije – in het kielzog van een Nederlandse handelsmissie – en tekende samen met de burgemeesters van Amsterdam en Izmir een *letter of intent*. Veenhoff: 'Izmir afficheert zich net als Amsterdam als *denim city*. Rond de stad zijn zowel belangrijke denimproducenten als Isko, Bossa en Orta Anadolu en hele gespecialiseerde kleinere bedrijven gevestigd. Hier bevindt zich ook de thuisbasis van

de FG Group, een industrieel jeans conglomeraat dat het merk Fuga, denimweverijen en een wasserij bezit, maar ook chemicaliën, schuurrobots, lasers en machines voor wasserijen maakt. Fuat Gözaçan, de eigenaar

'Blue Lab is een heel belangrijk project, want daar gaan we werken aan technologische en duurzame oplossingen voor de hele laundry en finishing industrie'

van FG, heb ik tijdens de Modefabriek in onze Indigo Embassy stand ontmoet. Hij was meteen enthousiast om financieel te participeren in het Blue Lab. Amsterdam is voor Gözaçan een prima locatie omdat Fuga er al een design studio heeft en FG hier ook grote klanten heeft zoals Hilfiger Denim, Pepe Jeans en G-Star. De merken die meewerken aan het Blue Lab krijgen elk een eigen research & development ruimte, maar er komt een open lab dat bestemd is voor de Jean School, het AMFI of bijvoorbeeld onderzoekers van universiteiten. Dit educatieve deel wordt niet door FG gefinancierd, maar zal uit gemeentelijke fondsen worden gesubsidieerd. Veenhoff verwacht het compleet afgeronde Blue Lab plan in mei of juni 2013 te kunnen presenteren. De opening staat gepland voor 2014.

Het Denim Archive, een ander project waar House of Denim aan werkt, staat even geparkeerd, maar zal zeker weer opgestart worden. Veenhoff: 'Een jeans museum of archief is nog steeds iets wat we in combinatie met een werkplaats en een winkeltje willen realiseren. Misschien bouwen we dit wel rond het Blue Lab.'

houseofdenim.org
rocva.nl/mbo/mode