

textilia

Máxima
Mode Bië

De mooiste et
is de witste e

Stunten met pri
Geen crisisplo

HOOGSEGMENT

Masseren tussen de kleren
Zer010 gaat een stapje verder

Coachen en koesteren:
Nederlands modetalent

Baldessarini
flirt met Black

Begeleiding van jonge ontwerpers

TALENT OP DE TANDEM

AIFW Prelude, Co-Lab, Dutch Touch, Mode Biënnale, Red Light Fashion, Streetlab: er zijn nogal wat initiatieven in Nederland waar talentvolle modeontwerpers een springplank krijgen aangereikt. Wat beogen deze initiatiefnemers en wat hebben startende labels eraan (gehad)?

Tekst: Eva Guldemond

"Als het Victor & Rolf en G-Star lukt om groot te worden, moet het toch mogelijk zijn dat meer Nederlands modeltalent (internationaal) doorbreekt", vindt Mariette Holtink, directeur van HTNK Fashion Recruitment & Consultancy. HTNK koppelt onder meer jonge modeontwerpers aan gevestigde modemerken. Zo werden Mada van Gaans en Conny Groenewegen al uitgenodigd aan de tekenafel van Just B. en Francisco van Benthum kreeg een werkplek bij G-Star. De werking ervan is helder, meent Holtink: "Ontwerpers verdienen er hun brood mee, maar doen tegelijkertijd ervaring op." Ook het project Red Light Fashion op de Amsterdamse wallen is van HTNK. De ontwerpers kregen begeleiding bij de ontwikkeling van de zakelijke kant van hun onderneming en gingen in de pers de hele wereld over."

Achter in de rij

Toch blijft er een bekend probleem bij startende labels bestaan. "Als je besluit om je collectie te laten produceren, sluit je bij de productieelers achteraan in de rij. En omdat het om kleine aantallen gaat, val je bovendien in de sampleproductielijn, tegen hoge sampleprijzen", vertelt

'De collectie is eigenlijk het minst moeilijke. Dat is je talent' (Monique van Heist)

Kentroy Yearwood van het label Intoxica. "Het valt al op als je zelf de productie komt begeleiden: een designer heeft daar doorgaans mensen voor. Aan de hoeveelheid materiaal die je bestelt of laat ontwikkelen, kun je het ook zien. Je start en bent klein. Het maakt nogal wat uit in prijs of je 200 of 2.000 meter afneemt. Alleen als ze weten dat je gaat groeien, gunnen ze je een lagere prijs dan de sampleprijs. Zo maak je nooit winst. Ook de cashflow is een probleem. Terwijl je nog niet al je klantbetalingen van de vorige collectie binnen hebt, ben je alweer bezig met

moet je orders bij hem betaald hebben, wil je als detaillist bij de volgende presentatie worden uitgenodigd."

Yearwood wordt samen met Francisco van Benthum ondersteund door de nieuwe stichting Co-Lab. Co-Lab wil de zakelijke 'backbone' bij jonge labels ontwikkelen. Soms ook brengt de stichting ontwerpers in contact met distributeurs of instanties. Directeur Christophe Mollet legt uit: "Succes zit 'm in kleine details. We hebben niet de pretentie om de loopbaan van de ontwerpers te veranderen, maar we helpen ze op weg." Helaas gaat het op dit moment nog

Marcha Hüskes

Presenteerde zich tweemaal via Prelude van de Dutch Fashion Foundation en deed mee aan Dutch Touch tijdens de beurs White in september 2008 en maart 2009.

"Voor Dutch Touch had ik contact met Angélique Westerhof van de Dutch Fashion Foundation. Het leek me interessant, omdat ik uit ervaring wist dat Italië een goede markt voor mijn collectie is. Het voordeel van DFF is dat die werkt met een consultant in Milaan die mij onder aandacht kan brengen van inkopers, producenten en stoffenfabrikanten. Afgelopen week introduceerde die agent me bij een showroom waar mijn collectie gedurende de salesperiode mocht hangen. Daaruit zijn orders voortgekomen en een aantal afspraken. Via mijn stand White had ik ook al enkele orders geschreven. DFF denkt mee over de stappen die je moet nemen. Ik vind mezelf niet afhankelijk van DFF, maar zie hen meer als partner."



Deze club begon in 2005 als laagdrempelig um voor jonge ontwerpers 'van de straat'. 'doen we meer, want onze doelgroep heeft behoefte aan zakelijke ontwikkeling gekregen vertelt Maud Göttgens, woordvoerder van Streetlab. "We hebben nu twee keer een 'pc

