

MODE MAKERS

Uren, dagen, maanden broeden op het perfecte T-shirt of de ultieme tas, en overgeven van de spanning tijdens het ontwerpen. Deze vier ontwerpers geven alles voor de mode.

TEKST MARISKA VERMEULEN

ELZA WANDLER ONTWERPT TASSEN

Ontwerpster Elza Wandler (32) gaat als een speer. Twee jaar geleden begon ze tassenlabel Wandler en dit jaar kwamen daar schoenen bij. Haar designs worden in 155 winkels wereldwijd verkocht.

Wanneer voelde jij je voor het eerst succesvol?

«Dat voel ik me nog steeds niet. Tijdens Paris Fashion Week kwamen bijna zeventienhonderd vakgenoten mijn tassen en schoenen bekijken en dan zegt mijn agent Bart: realiseer je je wel wat er gebeurt? Maar het gaat allemaal zo snel. Al moesten Bart en ik wel bijna huilen toen we tijdens de lancering bij Bergdorf Goodman twee dagen lang onze eigen *window* op Fifth Avenue hadden. Iedereen keek ons aan van: *who the fuck* zijn die mensen die hier hysterisch voor het raam staan? Grote modehuizen vragen me nu als hoofddesigner van hun accessoires, maar ik leef mijn droom al. Ik zou ultiem trots zijn als wij het succes kunnen vasthouden en Wandler over acht jaar een *household name* is binnen het designsegment.»

Hoe voel je je als je aan het ontwerpen bent?

«Ook al heb ik op papier best een groot bedrijf, ik ben niet altijd superzeker en denk dat het altijd beter kan – dit enorme perfectionisme had ik tijdens mijn studie al. Ik wacht tot het laatste moment met ontwerpen en voel me dan vaak zo shit dat ik bijna moet overgeven. Elke keer denk ik weer dat het me niet lukt. In de fabriek in Italië vind ik de eerste samples ook altijd verschrikkelijk. Maar alleen als ik me zo intens rot voel, voel ik de drang om terug te slaan. Ik moet echt

in mijn buik voelen dat een design klopt. Ik ben niks anders dan dit.»

Welke rol spelen je Nederlandse roots in je wereldwijde succes?

«Ik denk dat ik functioneler over een product nadenk dan de meeste ontwerpers. Al klinkt dat altijd zo plat, want mijn uitgangspunt is allereerst om een mooi product neer te zetten. Maar als ik dat design eenmaal heb, denk ik wel na over zakken en vakjes, dat zit blijkbaar diep in mijn Nederlandse roots. Andersom inspireert het buitenland mij ook. Mini-versies van bestaande ontwerpen doen het bijvoorbeeld heel goed in de Aziatische winkels.»

Wie zou je graag in jouw ontwerpen zien?

«Bella Hadid liep onlangs op mijn schoenen en dat Beyoncé ze heeft opgevraagd was *insane*. Maar dat Celine Dion mijn tas wilde hebben... Als ik zie wat zij draagt, denk ik: *you go girl!*»
wandler.com >

“GROTE
MODEHUIZEN
VRAGEN ME,
MAAR IK
LEEF MIJN
DROOM AL”



“IK WILDE NIET MEEWERKEN
AAN DE SUPERVERVUILENDE
MODE-INDUSTRIE”



Inzet: de ideale parka volgens Teym. Rechts: zo mooi kan casual zijn.



MAXIME CARTENS BEGON EEN SLOW-FASHIONLABEL

Vijf jaar geleden zegde ontwerper Maxime Cartens (29) haar baan bij Karl Lagerfeld op om slow-fashionlabel Teym te beginnen. Haar doel: 'One Impeccable Wardrobe' ontwerpen.

Sinds 2015 ontwerp je elk jaar één ultiem, tijdloos item. Waarom koos je hiervoor?

«Het begon ermee dat ik de perfecte parka – simpel, zonder bontkraag en betaalbaar – maar niet kon vinden. Ik besloot hem zelf te gaan maken, maar dan wel op een ethische, duurzame manier. Ik wilde niet meewerken aan de supervervuilende mode-industrie door er in hoog tempo collecties uit te knallen. Inmiddels maakt de parka deel uit van een kleine garderobe met tijdloze stukken. Alles wordt in Europese fabrieken met strenge regelgeving gemaakt en de items gaan jarenlang mee door de kwaliteit en het tijdloze design. Ik wil een tegengeluid laten horen; *fast fashion* is gemaakt om snel kapot te gaan en in een impuls – want goedkoop – gekocht te worden. Ik geloof trouwens niks van de 'duurzame collecties' van de grote modeketens; het lukt mij nog niet eens om 100 procent duurzaam te zijn.»

Waarom was dit jaar het T-shirt aan de beurt?

«Heel veel mensen vroegen ernaar, wat ik erg grappig vond, want ik dacht dat iedereen wel een T-shirt in de kast had hangen. Het was technisch niet zo moeilijk om te maken als een parka, maar evengoed nog wel een klus. Elke centimeter bij de schouders telt en het boordje moet perfect zitten en niet lubberen. Daarnaast moet je het T-shirt in je broek kunnen stoppen, maar het moet niet té lang zijn. En het shirt moet zacht zijn, maar niet pillen. En ga zo maar door. Uiteindelijk is het shirt gemaakt van *organic cotton* en kost het 39 euro. Ik kan mijn prijzen zo laag houden omdat ik direct aan de consument verkoop.»

Wanneer is de 'One Impeccable Wardrobe' klaar?

«Ik wil in totaal twintig items ontwerpen. Momenteel werk ik aan de *Chelsea boot*. De schoen moet netjes én comfortabel zijn, lang mooi blijven en je moet er zelfs mee door de sneeuw kunnen lopen. Ik heb voor leer gekozen, omdat het zo lang mooi blijft en in mijn ogen een duurzamere keuze is dan alternatieve materialen. Soms ben ik ook uren bezig met vragen als: hoe kunnen we ons plastic-gebruik nog meer verminderen? Maar ik moet het grote geheel niet vergeten. Teym is al honderd maal duurzamer dan andere merken doordat we dingen maken die altijd in de collectie blijven.» teym.nl



Look uit de herfst/wintercollectie van Les Coyotes de Paris.

Wat maakt dat je elke ochtend enthousiast je bed uit stapt om dit werk te doen?

«Nou, ik word 's ochtends in de kreukels wakker! Eerst een koffietje, dan de tweeling proberen aan te kleden en daarna mijn eigen spullen zoeken. Maar als ik eenmaal in de studio ben, voel ik de energie en de creativiteit en gaat alles automatisch fijn vooruit. 's Nachts slaap ik vervolgens weer als een blok. Moeilijke zaken parkeer ik en pak ik de volgende dag weer op. Want inmiddels weet ik: er zijn elke dag weer nieuwe uitdagingen, verrassingen en problemen, en er is voor alles een oplossing te vinden. Met deze gedachte in mijn achterhoofd probeer ik meer en meer te relativieren.»

Wat zou je beginnende ontwerpers mee willen geven?

«Het is echt een avontuur om je eigen merk te starten, maar wel een heel bijzonder avontuur. Je moet ertegen kunnen dat dit vak zijn *highs & lows* kent en dat je non-stop werkt. Zelf had ik veel aan het advies om nuchter en dicht bij mezelf te blijven.»

Wat hoop je dat de toekomst brengt?

«Ik hoop dat we door kunnen groeien. We verkopen wereldwijd en elk land is heel anders in koop- en kleedgedrag, veelal door de cultuur, maar ook door het klimaat. We hebben nu een aantal nieuwe agenten in de VS, Rusland en Japan, die Les Coyotes de Paris naar een hoger level willen brengen om een grotere markt te bereiken. Het maakt me hoe dan ook heel erg trots dat we met ons kleine team al zoveel hebben bereikt.» >

MARIEKE MEULENDIJKS (41) STARTTE LES COYOTES DE PARIS

Het begon met een lijn voor (tiener) meisjes. Twee jaar geleden kwam daar een dameslijn bij. Inmiddels heeft ze 160 verkooppunten wereldwijd: van Japan tot Italië en New York.

Twee jaar geleden startte je je dameslijn.

Wat is er sindsdien veranderd?

«We zijn superklassiek begonnen, met alleen diep donkerblauw, zwart en offwhite. Inmiddels zijn de collecties per seizoen uitgebreid met een highlight-kleur en in de studio ontworpen prints. Het merk heeft hierdoor een duidelijker DNA en *signature* gekregen. Ik ontwerp nog wel steeds puur vanuit gevoel en intuïtie, vanuit wat ik mooi vind – en dat is niet onderhevig aan thema's.»

“IN DIT VAK
WERK JE
NON-STOP.
DAAR MOET
JE WEL
TEGEN
KUNNEN”

NELE FEYEN IS CONSULTANT LINGERIE-ONTWERP

Nele Feyen (36) vierde onlangs haar tienjarig jubileum als seniordesigner bij het Belgische modehuis Natan. Daarnaast is ze na elf jaar Marie Jo zelfstandig verder gegaan als consultant in lingerieontwerp.

Tien jaar seniordesigner bij Natan, gefeliciteerd! Wat doe je precies?

«Bij grote modehuizen als Dior is alles opgesplitst: iemand ontwerpt de jasjes, een ander ontwikkelt de stoffen en ga zo maar door. Bij Natan werk ik van A tot Z aan een product. Niet alleen ontwikkel ik een print *from scratch*, kies ik de juiste stof en zoek ik de kleur uit, ik denk ook na over hoe we de kleding gaan fotograferen en zelfs over de *visual merchandising* in de winkel. Een hersenspinsel komt zo helemaal tot leven.»

Waarom herkennen we binnen Natan jouw signature?

«In mijn kleurvoorstellen aan Edouard (Vermeulen, hoofdontwerper van Natan, red.) zit altijd wel een beetje Nele Feyen. Ik ben gek op groen en zwart. Daarnaast zoek ik graag contrasten op in vrouwelijk en mannelijk en in hard en zacht. Zo hebben we voor komende winter de traditionele Schotse ruit verwerkt in een gedrapeerde rok. Of we laten een mannelijke *pin stripe* printen op mooie twillzijde.»

Wat zijn je grootste lessen van de afgelopen tien jaar?

«Toen ik als 26-jarige bij Natan begon, leerde ik hoe belangrijk kleuren en stoffen zijn. Je voelt continu dat Edouard Vermeulen interieurvormgeving heeft gestudeerd. Een andere les was dat commercie helemaal geen vies woord is, maar juist iets wat het merk bestaansrecht geeft. Op de modeacademie in Antwerpen zat ik echt in een bubbel en miste ik dat realiteitsbesef. Het was een enorme reality-check om te horen dat een ontwerp van jou niet verkoopt.»

“HET WAS EEN REALITY-CHECK OM TE HOREN DAT JE ONTWERP NIET VERKOOPT”

Je bent ook lingerie-expert. Wat vind je zo mooi aan dit product?

«Het is de eerste laag die je aantrekt en, naast parfum en make-up, de intiemste. Comfort is enorm belangrijk, je kunt er letterlijk onder gebukt gaan als lingerie niet goed zit. Goede lingerie kan je houding juist verbeteren en vrouwen empoweren. En ik vind het prachtig dat er in een beha wel veertig

patroonstukjes zitten, dat is meer dan in een bloes!» • *natan.be*



Een look uit de herfst/wintercollectie van Natan.