

Paradijsvogels van weleer

Amsterdam was bepalend voor de mode in Nederland, zo laat een tentoonstelling zien in De Nieuwe Kerk. Die legt ook iets bloot, want waar zijn alle kleurrijke types gebleven die de stad zo opfleurd?

Door Michou Basu

In Amsterdam, daar kan álles. Op kledinggebied dan. In de jaren zeventig en tachtig van de vorige eeuw leefde punk er naast new wave, ska en disco. Maar ook naast de haute couture van Max Heymans, Frans Molenaar, Frank Govers en Fong Leng, en naast de vooruitstrevende confectie van Mac & Maggie. Het duo Puck & Hans maakte eigen creaties en zij verkochten in hun winkel aan het Rokin ook ontwerpen van Jean Paul Gaultier en Yohji Yamamoto, die toen zo vernieuwend waren dat heel modemin-nend Nederland naar het Rokin kwam.

Die mix van subculturen leverde prachtig uitgedoste mannen en vrouwen op, paradijsvogels die niets schuwden. Van verwoeste leren jasjes en hanenkammen tot keurige mantelpakken met een bies en asymmetrische rokken





Het straatbeeld
in 1983: hotpants
en rode laarsjes.

met ruches. Gewoon voor elk moment van de dag, niet voor een verkleedfeestje. Extravagant met een ruig randje. Voor gepolijst moest je niet in Amsterdam zijn.

Kuise vrouwen

Een heel verschil met vandaag de dag, nu het straatbeeld wordt gedomineerd door zogeheten normcore, een term die zich laat samenvatten als 'doodnormale kleding'. 'Amsterdam is vertrouwd', zegt Bertie van Avezaath. In de jaren tachtig verzorgde zij de kleding voor Maartje van Weegen, presentator van het spelprogramma *Cijfers en letters*. Ook werkte ze voor modeshows van Fong Leng en Alessandro Caselli, de ondernemer die met een winkel in Amstelveen Italiaanse mode in Nederland introduceerde. 'Wie koopt er nog werk van een pas afgestudeerde ontwerper?' vraagt ze. 'In die tijd lieten vrouwen couture maken. Nu kopen ze bij Zara, zelfs onze koningin doet dat.'

Volgens Anneke Smelik, hoogleraar visuele cultuur, aan de Radboud Universiteit Nijmegen, willen mensen minder opvallen. 'Door de controle en druk van sociale media durven individuen er niet anders uit te zien dan de groep. Niemand wil buiten de boot vallen.' Dat is volgens haar het resultaat van de democratisering van kleding. Vroegere kledingregels – kuis voor getrouwde vrouwen, zwart voor weduwen en luxe materialen voor de hoogste klassen – zijn in de loop van vorige eeuw losgelaten. 'Die nivellering is een goede zaak. Het paradoxaal effect is dat we allemaal hetzelfde dragen. En dat levert een saaier straatbeeld op.'

Daarbij merkt ze op dat de komst van *fast fashion* creativiteit

Rechts: ontwerp van de internationaal befaamde Iris van Herpen, die nog steeds in Amsterdam werkt.



Outfits van Claes Iversen en Mo Benchellal (midden), die hun mode ontwerpen in Amsterdam.

WEG MET HET KORSET

De eerste modeshow in Amsterdam vond plaats bij de opening van het warenhuis Hirsch & Cie, in 1912.

Dankzij de toeneemende welvaart volgden andere modepaleizen. Winkelen werd een vrijetijdsbesteding voor vrouwen van stand. Het leverde ze bewegingsvrijheid op, zodat de vraag naar praktische kleding, stukken die ze zelf konden aantrekken, steeg.

Tot de Eerste Wereldoorlog was dat nauwelijks te doen. De vrouwen droegen korsetten, soms met ingewikkelde sluitingen waar ze hulp bij nodig hadden.

heeft gesmoord. Waar er vroeger meer zelf werd gemaakt, vermaakt of door couturiers op maat werd gemaakt, holt het gros nu achter dezelfde mode van de ketens aan. 'Er is minder keuze, het aanbod is veel van hetzelfde. Wie iets anders wil, moet heel erg zijn best doen.' Als voorbeeld haalt ze een gastles op een middelbare school aan. 'Toen ik zei dat ze er allemaal hetzelfde uitzagen – spijkerbroek, gympen en een sweater – was de boot aan. Dat vonden ze zelf niet. In gedachten zijn ze vrij, maar in de praktijk conformeert iedereen zich aan de groep.'

Het aanbod gewone kleding groeide, versterkt door sociale media, uit tot de norm. Smelik: 'Er wordt naar een voorbeeld gekeken en vervolgens loopt de groep daarachteraan. Er is blijkbaar een behoefte aan heel algemeen.'

Borst fier vooruit

Een bezoek aan het depot van het Amsterdam Museum, partner van de expositie 'Maison Amsterdam', in de Nieuwe Kerk, leert dat dat decennia geleden anders was. In de opslag liggen zo'n 7000 kledingstukken en accessoires achter slot en grendel. Een medewerker trekt een kast open om de in het oog springende *robe manteau* te laten zien die Fong Leng voor Mathilde Willink maakte. Het stuk is nog steeds prachtig en, niet onbelangrijk, goed geconserveerd. Iets verder staat een 18de-eeuws herenkostuum op een torso. Het jasje valt op door de schouders, die fors meer naar achteren staan: vroeger stonden de mannen rechter en met de borst fier vooruit. Aan een rek hangen T-shirts en leren jacks, ruige kleding van dichter Diana Ozon, die eind jaren 70 een belangrijke rol speelde in de punkscene.

'Door sociale media durven ze er niet meer anders uit te zien'



Sinds 2004 is er een heuse Amsterdam Fashion Week, waar ontwerpers nieuw werk op de catwalk tonen. Maar al in de jaren tachtig was er Amsterdam Modestad, met shows in tenten op de Dam en later in cultureel centrum de Meervaart.

Buitenlandse interesse

In 1988 zag Gill het licht, een groep bestaand uit de merken Gletcher, Illustrious Imps, Lola Pagola (van dit schoenenmerk toont 'Maison Amsterdam' zilverkleurige laarzen) en Lawina. De groep gaf shows in Museum Fodor en kreeg succes in het buitenland.

Het buitenland kwam naar Amsterdam om inspiratie op te doen en te feesten. Elke subcultuur had een eigen club en stijl. Tijn Uilenspiegel trok newwavers, Korsakoff ruigere types. De modescene vertoefde in clubs als Dok en Roxy, waar ontwerpers als Thierry



Fong Leng en Mathilde Willink (rechts) in 1974. Onder: 'Twee vrouwen op de Dam', door George Hendrik Breitner, 1900.



Mugler en Jean Paul Gaultier kind aan huis waren.

Vanaf de jaren negentig kwam er concurrentie van Arnhem, waar de toonaangevende modeopleiding ArtEZ is gevestigd en waar ontwerpers als Viktor & Rolf, Iris van Herpen en Aziz Bekkaoui hebben gestudeerd. Toch bleef de stad Amsterdam in trek. Boven- genoemden, maar ook jongere talenten als Bas Kusters en Maxime Cartens, openden er een studio.

Bovendien werd de hoofdstad aantrekkelijk voor buitenlandse merken als Calvin Klein, Karl Lagerfeld, Tommy Hilfiger (alle drie onderdeel van de groep PVH, die in Amsterdam zijn Europese hoofdkantoor heeft), Diesel en Patagonia, die er een hoofdvesting openden.

Dat was niet alleen vanwege de locatie en het belastingklimaat. Daarvoor konden de merken ook in Amstelveen gaan zitten, zoals

Patta begon als sneakerwinkel en groeide uit tot streetwearlabel.

Japanse bedrijven als Canon, Sony en Yakult deden. De vrijzinnigheid en eigenzinnigheid van de stad en de mensen moet hen hebben aangesproken.

Streetwear

Dat Amsterdam de afgelopen jaren niet heeft stilgestaan, laat de expositie ook zien. Zo is er aandacht voor Amsterdam als denimstad, omdat de concentratie aan 'blauwe merken' er groot was. Voor labels als G-Star, Denham, Kings of Indigo en Tenue de Nîmes is het namelijk de thuishaven. Er werden internationale denimbeurzen georganiseerd en het ROC biedt zelfs een heuse Jean School, waar talenten worden opgeleid tot denimmakers.

Een andere stroming is die van streetwear. Patta, Daily Paper, Xhosa en The New Originals hebben met hun sneakers en hoody's een eigen doelgroep aangeboord. Net als de generatie die zich bezighoudt met duurzaamheid. Duran Lantink maakt creaties van restmaterialen en Naz Kawan runt met A Beautiful Mess een duurzaam naaiatelier.

De expositie 'Maison Amsterdam' geeft zo een prachtig overzicht. Van eeuwenoude japonnen tot hippie- en punkoutfits en de trouwjurk van koningin Máxima, van Valentino – 250 jaar mode in vogelvlucht. □

&

EXPOSITIE

Maison Amsterdam – De stad, de mode en de vrijheid is van 18 september tot en met 3 april 2022 te zien in De Nieuwe Kerk Amsterdam.

In Dok en Roxy waren ontwerpers Thierry Mugler en Jean Paul Gaultier kind aan huis