

MADE IN HOLLAND

‘Wat van ver komt is lekker’ luidt een oud gezegde. Maar voor de kindermode gaat dit niet altijd op. De afgelopen jaren kwamen er zoveel mooie Nederlandse kindermerken bij, dat de redactie vindt dat het tijd is om in deze uitgave een ode te brengen aan drie merken van Nederlandse bodem die momenteel snel terrein winnen. Wij spraken met de ondernemers achter de merken Repose AMS, Little Hedonist en Maed for Mini.

Repose AMS | Eigenaresse: In-Yeo Couperus (35) | Start: 2014 | Hoeveel landen: 10 | Verkooppunten in Nederland: circa 20



Hoe en wanneer is Repose AMS ontstaan?

“In 2014 kwam ik op het idee om dekens te laten maken. Ik had en heb veel van mijn vriendinnen werden wel zwanger en ik wilde niet iets geven waar de kinderen snel uit zouden groeien. Een deken gaat lang mee, maar ik kon geen mooie vinden en daarom ben ik het zelf gaan doen. Heel simpel idee; één deken in vijf kleuren. Het ging eigenlijk meteen heel goed. Omdat ik altijd als designer heb gewerkt voor modemerken, besloot ik er kinderkleding bij te gaan doen. SS16 lanceerde ik mijn eerste lijn.”

Hoe zou je het handschrift omschrijven?

“Vrij volwassen, zowel qua kleur als silhouet. Ik maak dingen die ik zelf ook graag zou willen dragen, maar ik houd daarbij uiteraard wel rekening met de belevingswereld van een kind.”

Hoe zie je de Nederlandse roots terug in jouw merk?

“Het zijn denk ik meer Amsterdamse roots dan Nederlandse. Ik woon in Amsterdam en doe hier veel inspiratie op. Ik heb veel gereisd en ook in andere steden gewoond en daardoor ben ik Amsterdam erg gaan waarderen. De multi-culti mix en het feit dat alles hier kan, vind ik geweldig. Ik laat me vaak inspireren door de kleding die mensen dragen, van items an sich tot kleurencombinaties.”

Hoe positioneer jij jouw merk in Nederland?

“Ik krijg veel aanvragen van webshops, maar mijn focus ligt op stenen winkels. Repose AMS is een product dat je moet zien en voelen. Het is ook niet het meest commerciële merk en niet elke winkel kan het verkopen. Ik hoef ook niet op elke straathoek te liggen. Maar ik sta zeker open voor retailers in steden waar ik nog geen verkooppunten heb.”

Hoe ervaar je de Nederlandse markt?

“Ik vind Nederland een hele interessante markt en ik vind veel meer aansluiting dan dat ik van tevoren had gehoopt. Ik merk dat het Nederlandse publiek veel bewuster gaat kopen en ook meer wil uitgeven voor kinderkleding en dat past heel erg goed bij mijn filosofie.”

Hoe duurzaam is Repose AMS?

“Zo duurzaam als maar mogelijk is. Maar helaas niet altijd zo duurzaam als ik zou wensen. Je loopt tegen zoveel zaken aan als je voor 100% duurzaam wilt gaan. Je kan dan bijvoorbeeld geen felle kleuren meer gebruiken en de lead time wordt langer en het product daardoor duurder. Ik gebruik organic stoffen, maar wanneer je die in een felle kleur verft, is het gelijk al niet meer organisch. En verf verduurzamen is een heel lastig proces, maar het is wel een aandachtspunt voor de toekomst. Ik zorg er wel voor dat ik een hele goede kwaliteit stof inkoop, zodat het artikel lang gedragen kan worden en ook weer doorverkocht kan worden. Dat is op dit moment mijn bijdrage aan duurzaamheid.”

In welk land produceer je?

“Alle gebreide artikelen worden in China gemaakt en de overige collectie in Portugal. Ervaring leert dat de beste breifabrikanten toch in China zitten, dus daar kun je niet echt omheen. In Portugal is dat iets makkelijker, omdat het dichterbij huis is. Ik weet dat de werknemers daar goed betaald krijgen en normale uren draaien. Een ander voordeel is dat ze ook meer gevoel voor mode hebben, dus je hoeft het proces daar minder te begeleiden en ze gebruiken hoge kwaliteit stoffen.”

Welke retailer is een voorbeeld voor de markt?

“Ten eerste Big en Belg. Zij doen het al zo lang en zijn zo eigen in wat ze doen. Als zij instappen, doen ze dat met volle overtuiging en investeren ze erin. Daarnaast vind ik Pomme de Jus ook heel ‘on-Nederlands’. Zij verkopen merken waarvan je niet verwacht dat die in ons land lopen. Dat vind ik heel tof om te zien. En ook Wonder in Nijmegen en De Kleine Parade in Amsterdam vind ik bewonderenswaardige winkels.”

Was De Kleine Fabrik een belangrijke beurs voor jou?

“Nee, daar kwamen toch veel retailers op af die niet in mijn segment zitten. Alle Nederlandse klanten die ik heb, zie ik in Parijs op Playtime en dat volstaat. Daarnaast werk ik met Lux Agency als agent, dus is het niet nodig om verder op Nederlandse beurzen te staan. Misschien dat ik ooit nog naar Tokyo of New York wil, maar voor nu houd ik het bij Parijs!”

Little Hedonist | Eigenaresse: Judith van Venrooij (37) | Start: 2015 | Hoeveel landen: 22 | Verkooppunten in Nederland: 15



Hoe is Little Hedonist ontstaan?

“Het is begonnen met een wieg. Toen mijn eerste dochter werd geboren reisde ik veel en wilde ik een wieg hebben die je makkelijk mee kon nemen, mooi stond in elke interieur en waar de wind doorheen kon waaien in een warm land. Deze wieg heb ik ontworpen en ontwikkeld en werd het eerste product van mijn label. Maar eigenlijk werd het pas serieus toen ik, ongetwijfeld gedreven door hormonen, een basic collectie kinderkleding ging ontwikkelen. Veel van wat je op dat moment zag, was glitter en felle kleuren en ik wilde juist het tegenovergestelde. De basiscollectie bestond uit vier stuks; een sweater, salopette, sweat dress en sweatpants, allen in de kleuren brick, taupe en peach. Uitgangspunt was de kwaliteit en zachtheid van de stof en daarnaast de pasvorm.”

Hoe zou je het handschrift omschrijven?

“No nonsense, sober, unisex en kwaliteit in stof en pasvorm. De raw edges en wijde halzen zijn inmiddels het kenmerk. Wij maken van veel items de sleeves en legs extra lang, zodat het elk kind past. Wijde halzen zijn belangrijk, omdat kleding niet alleen comfortabel moet zitten, maar het voor ouders ook gemakkelijk moet zijn om hun kind aan te kunnen kleden.”

Hoe zie je de Nederlandse roots terug in jouw merk?

“Ik denk het ‘doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg’ gevoel. Beetje calvinistisch misschien ook wel. *Be as u are* en pretendeer niet meer te zijn dan je bent. Maar wees wel nederig trots op wie bent. Of in dit geval wat je doet.”

Hoe positioneer jij jouw merk in Nederland?

“Om een of andere reden zijn we meteen vanaf de start opgepikt door het buitenland waardoor we niet op Nederland gefocust zijn geweest de afgelopen periode. Dat gaat komend jaar veranderen. Hier liggen toch onze roots en daar willen we heel graag meer zichtbaarheid. Het was dus niet zozeer een bewuste keus, maar kwam dat komt doordat ik overvallen werd door de explosieve groei. Dus alles is nog mogelijk in ons land!”

Hoe ervaar je de Nederlandse markt?

“Lekker duidelijk. De winkeliers die ons verkopen, doen het heel goed. We hebben geen wanbetalers en het retourpercentage ligt beneden de 2%. Klachten hebben we ook zelden, ook niet uit het buitenland. En dat zijn allemaal zaken waar ik heel blij mee ben.”

Welke retailer is een voorbeeld voor de markt?

“Little Things in Arnhem. Zij waren mijn allereerste klant, dus heb ik een enorm zwak voor die meiden. Zij ondernemen ook écht. Ze werken concepten tot in perfectie uit, gaan samenwerken aan met andere lokale ondernemers, kennen hun financiële mogelijkheden, kopen in op hun klant, nemen hun verantwoordelijkheid en hebben echt visie.”

In welk land produceer je?

“In Portugal. Dat land staat bekend om hoge kwaliteit organic katoen en het is te bereiken. Ik zit graag dicht op de productie om bij te kunnen sturen wanneer nodig.”

Hoe duurzaam is Little Hedonist?

“We zijn zo duurzaam als we kunnen zijn. De stoffen zijn organisch, maar dat vind ik niet meer dan normaal. Als reclamebureau zeg je ook niet dat je creatief bent. Dus dat gebruik ik niet als uithangbord, dat is gewoon wie ik ben als merk. We hadden eerst ook het GOTS-label, tot we van fabriek veranderden. De huidige fabriek kan betere stoffen leveren, maar moet de puntjes nog wel even op de ‘i’ van het GOTS label zetten.”

Was De Kleine Fabrik een belangrijke beurs voor jou?

“Niet echt. Het heeft vast bijgedragen aan een stukje zichtbaarheid, maar ik denk niet dat we daarvoor afhankelijk zijn van een Nederlandse beurs. Little Hedonist staat dit seizoen wederom enkel in Parijs waar retailers uit de hele wereld welkom zijn. Daar zetten we in één keer heel goed neer wie we zijn, wat we doen en wat ons DNA is. Daarna trekken we ons weer terug in de showrooms.”

Maed for Mini | Eigenaresse: Maerle Mulder (41) | Start: 2015 | Hoeveel landen: 15 | Verkooppunten in Nederland: circa 30



Hoe is Maed for Mini ontstaan?

“Na de geboorte van mijn zoon vond ik dat er weinig mooie kleuren te krijgen waren in kinderkleding. Veel was heel stereotype. Dus heb ik zelf wat rompers en sokjes ontworpen in passende kleuren. Op de Kleine Fabrik hebben we de eerste kleine collectie gepresenteerd in de HTNK shop en daar kochten meteen twaalf internationale klanten in. Ook kregen we direct veel publiciteit. Hierna werd ik voor de tweede keer zwanger en heb ik het merk op een lager pitje gezet. Maar eenmaal terug, besloot ik het serieus aan te gaan pakken. Dat is nu twee jaar geleden. Daarna hebben we onszelf geïntroduceerd op de Franse beurs KID, waar we goed ontvangen werden. Het volgende seizoen deden we weer De Kleine Fabrik en afgelopen winter stonden we op Playtime. Toen ontstond er een sneeuwbal effect.”

Hoe zou je het handschrift omschrijven?

“Het is een mix van minimalistisch Scandinavisch, tijdloos Frans en een vleugje wild. Eigenlijk precies wat ik zelf leuk vind. Niet te opzichtig, maar vaak wel met een onverwacht detail.”

Hoe zie je de Nederlandse roots terug in jouw merk?

“Aan de functionaliteit. Ik probeer er met het ontwerpen wel altijd op te letten dat de items zoveel mogelijk het hele jaar gedragen en ook dagelijks aangetrokken kunnen worden.”

Wat is je positioneringsplan voor ons land?

“Je moet het merk in heel Nederland kunnen krijgen, maar het moet geen overdaad zijn. Rond de dertig winkels is wel het maximum, al staan we wel open voor verkooppunten in plaatsen waar we nog niet bestaan. Verder willen we vooral groeien met de bestaande klanten.”

Hoe ervaar je de Nederlandse markt?

“Die is in beweging en aan het vernieuwen. Door social media worden mensen geïnspireerd om hun kinderen leuker te kleden en ons land is daardoor modischer aan het worden. De gemiddelde consument koopt natuurlijk ook nog gewoon bij de Hema, maar je ziet dat ze langzaam bewuster gaan kopen en meer geld over hebben voor eerlijk geproduceerde kinderkleding.”

Welke retailer is een voorbeeld voor de markt?

“Big en Belg omdat het zoveel meer is dan een kledingwinkel. De ondernemers erachter proberen zich te onderscheiden. Ze maken leuke filmpjes, hebben geen webshop, maar triggeren de klant toch om te kopen, ook als ze fysiek niet naar hun winkel kunnen komen. En ze durven voorraad in te kopen, waardoor je zelden misgrijpt als je iets graag wil hebben. Petozi in Den Bosch vind ik ook een mooi voorbeeld vanwege de enthousiaste, interactieve manier waarop ze met hun klanten omgaan. Ze gingen van webshop naar fysieke winkel, werken hard, zijn heel servicegericht en proberen echt iets met hun klanten en merken op te bouwen.”

In welk land produceer je?

“Het grootste gedeelte wordt nu in Portugal gemaakt, een klein deel in China en soms wat in Nederland, maar dat is helaas vaak onbetaalbaar. In Portugal zijn ze heel vriendelijk en werken ze heel netjes en verfind, maar produceren is wel vaak heel duur en de mogelijkheden met organic stoffen zijn soms te beperkt. In China zijn ze wat dat betreft vaak verder en hebben ze ook betere certificeringen. Alleen is dat land minder makkelijk om vaak te bezoeken. Wij zijn op dit moment bezig met eventuele kleine producties in Estland voor handgemaakte knitwear. Ook over Griekenland horen we de laatste tijd goede verhalen. Dus daar gaan we de mogelijkheden zeker bekijken.”

Op wat voor manier speelt duurzaamheid een rol in jouw bedrijf?

“Een belangrijke rol, maar het blijft lastig en het is ook altijd in beweging. Er wordt vanuit de consument bijvoorbeeld veel gevraagd naar organic, maar veel minder naar de werkomstandigheden, terwijl dat voor ons echt de belangrijkste basis is om met een producent in zee te gaan. Het lukt ons op dit moment helaas nog niet om altijd alle materialen organic of gerecycled te krijgen, maar daar willen we uiteindelijk wel naartoe. Daarom bekijken we constant nieuwe mogelijkheden om nog duurzamer te produceren. Ook proberen we kleinere voorraden aan te houden om overproductie en de ‘constant sale trend’ tegen te gaan, maar aan de andere kant willen we natuurlijk geen klanten en verkooppunten teleurstellen.”

Was De Kleine Fabrik een belangrijke beurs voor jou?

“Het was onze eerste beurs, dus jazer. Nu we ook steeds meer verkooppunten in het buitenland hebben, is Playtime de beste beurs om onze nieuwe collecties te presenteren. Daar komen echt de meeste winkeliers op af. En in januari staan we ook voor het eerst op CIFF met onze nieuwe Deense agent. Heel spannend!”