

INSPIRATIE S/S 2012

New Old Navy

door Meta Struycken
catwalkfotografie Catwalkpictures

Maritieme thematiek duikt vrijwel elk zomerseizoen weer op binnen mannenmode, maar is eigenlijk alleen nog interessant wanneer het gaat om producten die zich onderscheiden in vorm, materiaal en detaillering en de naam *modern traditionals* met ere kunnen dragen. Net als een handjevol merken moderniseert Studio Job nautische tradities en ontwierp het interieur van het stoere Firmship met hun herkenbare twist.

De blauw-witte streep, de officiersblazer, de caban, de monty coat, tatoeages, ankers en opgestikte biezen: maritieme workwear is al decennialang populair als inspiratiebron voor mannenmode. Ook nu de vraag naar duurzame collecties die affiniteit hebben met traditie, vakmanschap en authenticiteit blijft groeien, staat de scheepvaart weer volop in the picture. De werkkleding van officier en matroos appelleert aan een avontuurlijke spirit en roept een romantisch zomers beeld op van zon, zee en strand. Toch zijn er maar

weinig merken die zich binnen deze thematiek werkelijk onderscheiden in vorm, materiaal en detaillering. De Japanse Junya Watanabe is een van de ontwerpers die – net als de Britse Nigel Cabourn – een werkelijk moderne twist geeft aan peacoats, windstoppers, deck jackets, opgerolde matrozenbroeken met klepsluiting, kieltjes, schipperstruien en houtjoutouwtje jassen. Een combinatie van de juiste materialen en prints, een ruim of juist wat krap gesneden silhouet en een ogenschijnlijk nonchalante signatuur ontdoen die maritieme mode geheel van het zo vaak tuttige en clichématige imago. Mode die het beeld oproept van hardwerkende matrozen die de zeilen van het schip bedienen, wat dromerig op de uitkijk staan of 's avonds op zoek zijn naar een lief, maar dan wel met een flinke dosis moderniteit. Ook Prada wist deze zomer te verrassen met nieuwe visies op de schipperstruien en denim pantalone en bermuda's die herinneren aan matrozen- en vissersbroeken. Antonio Marras benaderde de blauw-witte thematiek met Kenzo-ogen en wist er een geheel eigen draai aan te geven waarbij Franse en Japanse invloeden samensmelten tot een verfrissend beeld.



Kiel als mode-item

Junya Watanabe

Junya Watanabe

Moderne Monty



Prada



Verfrissend
nautisch

Mix van strepen

Junya Watanabe

Kenzo

Firmship

Voor wie op zoek is naar een functionele en tijdloze, maar verantwoord vormgegeven boot is er nu *Firmship 42*. Nautisch architect Willem Mieland tekende voor het exterieur en Studio Job voor de inrichting.

De inmiddels wereldwijd bekende ornamentale signatuur van Studio Job, die zich kenmerkt door nieuwe visies op ambachtelijke technieken en interpretaties van traditionele interieurelementen, is duidelijk terug te zien en tot in alle details van het Firmship doorgevoerd. Als contrast met de krachtige buitenkant van de boot is binnenin gekozen voor lichte tinten grijs in combinatie met teak hout. Archetypische afbeeldingen als ankers, schedels en zeedieren, die verwijzen naar klassieke verhalen van de zee als *Moby-Dick*, komen terug in de bekleding, een glas-in-lood raam, deurknoppen en de vormgeving van het stuurwiel. Naar eigen smaak kan elk interieur aangevuld worden met custom-made accessoires als een bronzen scheepsbel of een kabinet met inlegwerk.

In navolging van de Firmship 42 wordt van deze boot ook een 60 meter lange versie in productie genomen. Meer informatie en prijzen zijn te vinden op de website van het in Monnickendam gevestigde Firmship. firmship.com



Studio Job, gevestigd in Antwerpen, wordt gevormd door de ontwerpers Job Smeets en Nynke Tynagel. Sinds 2000 ontwerpen ze exclusieve producten en projecten in opdracht van bedrijven, musea en architecten. Job's werk verwijst vaak naar oude ambachten in wisselende technieken, die op een nieuwe manier worden vormgegeven.



Kenzo

INSPIRATIE S/S 2012

New Old Navy



Unionmade

De beroemde Amerikaanse *general store* beleeft een revival met inspirerende initiatieven. Unionmade in San Francisco is een mooi voorbeeld.

In het verlengde van de maritieme thematiek, maar ook als gevolg van de algemeen stijgende vraag naar producten die staan voor authenticiteit, heritage en vakmanschap – en hiermee voor duurzaamheid – worden hernieuwde visies op retail steeds belangrijker.

In het buitenland realiseren creatieve ondernemers originele initiatieven die op deze work-, army- en navywear thematiek aansluiten en die deze concepten uitbouwen tot *general stores* van deze tijd. De authentieke Amerikaanse *general store* – van oudsher in een landelijke omgeving – die iedereen wel van een reis of uit de films kent, staat hiermee aan de vooravond van een revival. Praktische *carpenter pants*, een warm geruit overhemd, een onverslijtbare peacoat, schippers-truien, houtje-touwtje jassen en natuurlijk eerlijke denim... het concept blijft hetzelfde, maar is alleen aangepast aan de moderne tijd. Een winkel met een breed assortiment aan goederen die functioneel zijn – maar wel met het juiste stijlgehalte – en waar lokale producten aan zijn toegevoegd. Een winkel waar men elkaar kent, die een ontmoetingsplaats vormt van gelijkgestemden en waar de kledingstukken vrienden voor het leven worden. Het interieur is eenvoudig, met fraaie vintage en andere sfeerversterkende items, eerlijke stellingkasten, een open haard en rustieke houten tafels waarop de producten helder zijn uitgesteld.



Dat Todd Barket werkelijk begaan is met zijn *customers* blijkt onder meer uit de reeks tekeningen die hij dit voorjaar liet maken van zijn vaste klanten door illustrator Richard Haines.



WARM & WELCOMING

Een mooi voorbeeld van zo'n nieuwe general store is het in 2009 in San Francisco geopende Unionmade dat handelt in *hand picked clothing & dry goods* en dat vorig jaar werd genomineerd door het magazine *GQ* als een van de tien beste mannenwinkels in Amerika. Unionmade is een initiatief van Todd Barket, die eerder 18 jaar voor Gap werkte en tijdens zijn reizen ontdekte dat, bijvoorbeeld in Japan, *American-made goods* binnen retail in een betere context geplaatst werden dan thuis. De winkel is gevestigd in een oude slijterij en brengt een verzameling duurzame en well-designed heritage brands bij elkaar als Woolrich, Filson en Pendleton. Die worden gecombineerd met een nieuwe generatie merken die eenzelfde onderscheidende visie hanteert. Kleren en schoenen die, zoals ze zelf zeggen, alleen maar mooier en prettiger om te dragen worden met het verstrijken van de tijd en die de klant liever repareert dan vervangt.

Het concept van Unionmade is, zoals Barket het zelf omschrijft, gebaseerd op eerlijk design, samenwerking, kwaliteit en service. Dat Barket werkelijk begaan is met zijn *customers* blijkt onder meer uit de reeks tekeningen die hij dit voorjaar liet maken van zijn vaste klanten door illustrator Richard Haines. De goodies van Unionmade zijn ook via de eigen webshop verkrijgbaar en afgelopen april opende Barket een tweede filiaal in Santa Monica, Californië.
unionmadegoods.com

Een greep uit de merken die bij Unionmade verkocht worden: Nigel Cabourn, A.P.C., Filson, Billy Reid, Freemans Sporting Club, Gitman Vintage, Pendleton, The Hill-Side, J. Crew, SNS Herning, Our Legacy, Saint James, Woolrich Woolen Mills en Universal Works.



New Old Navy

Iconische jas

Als het aan de internationaal toonaangevende ontwerpers in Parijs en Milaan ligt, draagt iedere man komend najaar een houtje-touwtje jas ofwel duffle coat ofwel Monty. Wanneer houtjes en touwtjes voor het eerst zijn gebruikt als sluiting is in de modegeschiedenisboekjes niet terug te vinden, maar wel is duidelijk dat de houten pennen en de opgestikte gespachtige lussen van touw hun oorsprong vinden in de scheepvaart. De houtje-touwtje jas werd pas populair nadat de Britse marine hem inlijfde als warme en windbestendige overjas met capuchon. Tijdens de Tweede Wereldoorlog was het de favoriet van generaal Montgomery, wat de coat de bijnaam Monty opleverde. De originele Monty is herkenbaar aan de drie relatief hoog gelegen sluitingen en open zakken.

Maar de Engelsen hebben nog meer namen voor hun houtje-touwtje. De bekendste daarvan is duffle coat, vernoemd naar de oorspronkelijke ruwe dekenstoffen waarvan jassen werden gemaakt. En deze materiaal soort is dan weer op zijn beurt nauw verbonden met het Belgische Duffel, de plaats waar deze kwaliteit eeuwenlang werd geweven en naar heel Europa werd geëxporteerd.

De houtje-touwtje kent vele revivals en deed het in de jaren zestig en zeventig – ondanks het militaire karakter en het feit dat hij bij de Britse marine vandaan kwam – goed bij hippies, mods, studenten en intellectuelen. Ook nu lijkt een revival op handen met prachtige moderne vertalingen van onder meer Raf Simons, Acne, Junya Watanabe, Balmain en Salvatore Ferragamo. –



Nieuwe visies op een klassieker

Casual meets dressed

Raf Simons

Acne

Balmain



Nigel Cabourn



Bottega Veneta



Barberr Prorsum