

BEURS KRACHT

Aan de mode lees je af hoe het met de economie gaat. Zeggen ze. Maar wat is er waar van al die beweringen over rok lengte (langer) en lipstick (knalrood)? AvantGarde zoekt uit in hoeverre de clichés opgaan voor de nieuwste najaarscollecties. En hoe jij er dus uit gaat zien, deze herfst.

TEKST ELSBETH GRIEVINK FOTOGRAFIE PETER STIGTER

Over kledinggedrag in crisistijd doen de wildste verhalen de ronde. Zodra de Dow Jones beneden peil zakt, zouden we prompt onze knieën willen bedekken, de schaar zetten in onze kapsels, en hevig verlangen naar een muiskleurige power suit. We zouden onze joie de vivre compleet vervangen door een veilige middenmootlook en doen wat van ons

wordt verlangd: niet lullen maar poetsen. Met dikke, rode lippenstift op, dat dan weer wel. Maar nu is er crisis en valt het eigenlijk best mee met de somberte in de kledingkast. Of moet de ellende nog doordringen? Ja en nee. Het najaar van 2009 wordt er een die recessieclichés bevestigt én ontcracht, maar ellendig wordt het allerminst.

‘TEGELIJK MET HET OMVALLEN VAN DE BANKEN IN 2008 HADDEN WE HET GEZIEN MET AL DIE WIJDE EN KORTE TUNIEKJES MET KILOMETERS BLOOT BEEN ERONDER’

CLICHÉ NR. 1 ALS DE BEURS DAALT, DAALT OOK DE ROKLENGTE

Een hardnekkige mythe die niemand echt snapt – vrouwen zonder geld laten toch juist méér been zien? – maar keer op keer wordt aangetoond. Jaren dertig? Check. Oliecrisis? Check. 2009? Ja, check dus. Tegelijk met het omvallen van de banken in 2008 hadden we het gezien met al die wijde en korte tuniekjes met kilometers bloot been eronder. Ineens hadden vrouwen zin in tailleurrokken die het gehele bovenbeen bedekten. Najaar 2009 behouden we die rok lengte, maar als we

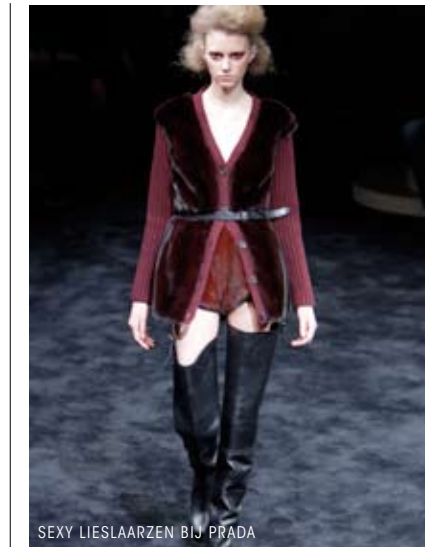


DRIES VAN NOTEN GAAT VOOR ROKKEN TOT OVER DE KNIE

DRIES VAN NOTEN of Donna Karan mogen geloven zet de daling nog even voort. Zij lieten de rok lengte zakken tot midden op de kuit, terwijl de rest van de ontwerpers hem lieten steken tot vlak onder de knie.

CLICHÉ NR. 2 DE MODE IS VEILIG EN SAAI

Wanneer de wereld op zwart zaad zit, zijn de meeste modehuizen voorzichtig met uitpattingen. Omdat ze zich geen tegenvallers kunnen permitteren, maar ook omdat de behoefte aan vertrouwde concepten groot is. Dus wat doen ze?

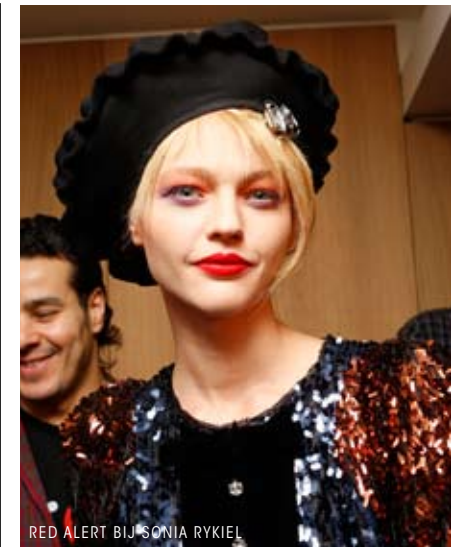


SEXY LIESLAARZEN BIJ PRADA

Klassiekers maken. Het mantelpak, de strapless jurk, de tailleur, de kokerrok, het leren jasje, de wijdvallende pantalon: je kunt niet zonder deze herfst. Een veilige keuze? Misschien. Maar saai? Nee hoor. Zeker niet als je de golden oldies combineert met, zeg, een stel **LIESLAARZEN** (gezien bij Prada, Rodarte, Vivienne Westwood en Louis Vuitton en je kunt op je vingers natellen dat het er straks van zal wemelen in de PC Hoofstraat), stukken bont op onverwachte plaatsen (Bruno Pieters, Iceberg, Derek Lam) of killer heels in een olijk kleurtje.

CLICHÉ NR. 3 IN TIJDEN VAN ARMOE WILLEN VROUWEN LIPSTICK

Dit is geen mythe, want aangetoond met keiharde verkoopcijfers uit het verleden. Gezien alle donkere kleuren die de designers ons dit seizoen voorschrijven (geheel volgens Cliché 7), lijkt een stel knalrode lippen geen overbodige luxe. Bovendien is lipstick **DE IDEALE RECESSIE-AANKOOP**: voor een of twee tientjes krijgt je hele look een oppepper en stijgt je zelfvertrouwen. Maar, wat schetst de verbazing? Onlangs heeft marktonderzoek (AC Nielsen – red.) uitgewezen dat deze vlieger niet langer opgaat. De verkoop van lippenstiften is zelfs stevig gedaald ten opzichte van vorig jaar, terwijl de mascara als warme broodjes over de toonbank gaat. Dior verkocht zelfs



RED ALERT BIJ SONIA RYKIEL

43,1 procent meer mascara's in de eerste drie maanden van 2009 dan in dezelfde periode vorig jaar. Hebben we hier wellicht een nieuwe recessie-graadmeter aan de haak? Of is de run op mascara's simpelweg veroorzaakt door de designers die hun modellen de catwalk opstuurden met bontgekleurde wimpers zoals turkoois, blauw en brons? Ook de rest van de make-up was nogal eighties, maar dan meer Roberth Smith dan Boy George: grote wenkbrauwen, donkere eyeliner (Karl Lagerfeld) of juist fletse oogmake-up met geprononceerde jukbeenderen. De monden waren óf fel gestift (Dries van Noten, Sonia Rykiel) óf in allerlei nudetinten en zelfs grijs (Max Mara, Rodarte).

CLICHÉ NR. 4 DE SCHAAR IN HET HAAR

Ha, het tweede cliché dat we kunnen ontcrachten. Op een paar korte, symmetrische, bijna kinky-eske kapsels na, waren de haren in Parijs en Milaan gewoon lang. Maar wel een beetje verstopt. Trek het strak naar achter, draai het in een knot of rol en wees o zo herfst 2009. Houd je niet in, het maakt niet uit wat er op dat achterhoofd gebeurt: meerdere knotten, vlechten die samenkomen in een knot, het mag best een beetje basisschool zijn. Maar dan zonder lieveheersbeestelastiekjes, het is nog steeds recessie en je wilt (op het werk) wel een

WAT DOEN MODEHUIZEN IN RECESSIE? **KLASSIEKERS MAKEN. HET MANTELPAK, DE STRAPLESS JURK, DE KOKERROK – JE KUNT NIET ZONDER DEZE HERFST**



BLONDE OPSTEKER BIJ LARA STONE, VOOR JEAN PAUL GAULTIER



beetje serieus worden genomen. Interessant weetje: in crisistijden zijn klassieke modellen met blond haar meer in trek dan hun meer edgy collega's met donkere lokken. De Hollandse afvaardiging doet dan ook goede zaken in Parijs en Milaan. Doutzen, Ymre, Cato, Bette: ze hebben alles wat geassocieerd wordt met eigenschappen als eerlijkheid en vertrouwen, en liggen goed in de markt.

CLICHÉ NR. 5 IN ECONOMISCH ZWAAR WEER TRANSFORMEREN VROUWEN IN CARRIÉRETIJGERS.

De najaarsmode is draagbaar en straalt power uit. Alsof de ontwerpers willen zeggen: Hup, aan het werk. Centjes verdienen! 'Life isn't just parties and lunches' was het credo van Lanvin, die een collectie vol mantelpakken, capes en sobere, hooggesloten jurken presenteerde. Jurken waar je jezelf niet direct in ziet kopiëren en vergaderen, maar dat terzijde. Naast het mantelpak is ook **DE MANTEL MET CEINTUUR** terug – een investering voor het leven. Prada combineerde 'm met een diep decolleté, dus daar mocht al iets meer gepartied en geluncht worden. De modellen van DSquared droegen weliswaar geen mantelpak, maar waren overduidelijk op weg naar hun werk: met de cafe latte in de hand en een grote tas aan de arm. Wat het goed doet op de werkvloer is een hoekig, mannelijk silhouet. En waar

TAKE-AWAY KOFFIE OP DE CATWALK BIJ DSQUARED



zag je dat nog meer? Juist, tijdens die vorige crisis. Laat je inspireren door Grace Jones, want de schouders mogen weer groot en breed: de vullingen waren niet van de lucht tijdens de Fashion Weeks. Het nut hiervan in crisistijden is tweeledig. Doordat je jezelf letterlijk groot maakt, maak je een sterke indruk en blaas je je vijanden (concullega's die op je baan azen) met gemak omver. En dat geeft weer zelfvertrouwen. Wil je wat vrouwelijker blijven? Kies dan voor het puntige schouderdje à la Balmain. Op de verlanglijst mogen dus: mantel, ceintuur, kokerrok, naadkousen en een groot grijs breedgeschouderd dan wel puntig colbert. Zie het als diepte-investering voor je carrière.

CLICHÉ NR. 6 CRISIS? VEILIG GEURTJE

Je spaargeld stond op Icesave, je man is werkloos, je huis staat op Funda maar er komt geen hond op af en dan zou jij 's ochtends een lekker exotisch, onbekend parfümmetje opspuiten? Kan, maar de kans is groter dat je gaat voor wat je kent. In tijden van crisis kiezen we voor **GEUREN WAARMEE WE VERTROUWD ZIJN**. Geen etherische oliën, bloemen of houttonen, maar stalgeuren. Want stalgeuren, zo weet Francois Demachy (de 'neus' achter onder meer Flower by Kenzo Escalade à Portofino van Dior) te vertellen, doen denken aan vroeger en geven een gevoel van veiligheid.

Hij raadt ons aan voor jasmijn te gaan. Behalve Flower by Kenzo zijn klassiekers als Chanel no. 5, Shalimar van Guerlain en Soir de Lune van Sisley echte recessieklappers.

CLICHÉ NR. 7 BACK TO BLACK

De één roept: in slechte tijden willen we elkaar opvrolijken met felle kleuren. De ander zegt: nee, we zijn arm en boos en gaan dus voor donker. Beide theorieën klinken aannemelijk, het is in de nieuwste mode toch vooral **INKTZWART** dat de boventoon voert. En dat je daar niet depressief van hoeft te worden, daarvan vormen de avondjurken van Valentino het bewijs. Geen gala in het vooruitzicht maar aan het puzzelen op de juiste look voor



doordeweeks? Neem een voorbeeld aan Sonia Rykiel, die een gedistingeerde vleermuisenlook presenteerde met elementen van new wave: zwart velours, zwarte veter-schoenen en dikke zwarte maillots. Ook Donna Karan, Haider Ackerman, Helmut Lang, Rick Owens en Givenchy toonden veel zwart en maakten gebruik van krachtige, harde materialen. De Little Black Dress blijft. Strak om het lijf, met een riempje hoog in de taille en een goede mantel om de schouders. Biedt gerust wat tegenwicht aan al dat donkere geweld. Geheel gestoken in zuurstokroze – Louis Vuitton doet het je voor – of in folkloristische prints – John Galliano – ben je de wandelende hoop die aan de horizon gloort. <