



## Het talent van 2016

MODE MAISON THE FAUX

Tessa de Boer en Joris Suk van Maison the Faux willen niet meer van hetzelfde, maar totale deconstructie van het modesysteem.

Door Lisa Koetsenruijter Foto Linda Stulic

# Mode als lachspiegel

## 1 Maison the Faux (95 punten)

“Even de tepels opzij leggen”, grapt Joris Suk (28) als hij zijn werktafel leeghaalt voor het interview. Ondertussen hangt hij een T-shirt met, inderdaad, een al over print van realistische tepels op een kledingrek achter hem. Tessa de Boer (25) schenkt vast heet water in vanuit een mintgroene waterkoker. Ze neemt plaats naast een vissekom die is volgeplakt met nepdiamantjes. Boven de tafel hangt eenzaam een My Little Pony, met zijn lila lokken aan de wand gespeld. De toon is gezet: wie de Arnhemse studio van het duo, beter bekend als Maison the Faux, betreedt, merkt meteen aan allerlei details dat hier geen gangbare mode wordt gemaakt. Toch won Maison the Faux overtuigend de verkiezing tot modetalent van 2016.

“We zitten in een tweestrijd: We voelen liefde voor het fenomeen mode, maar walgen stiekem van de gang van zaken in diezelfde wereld.”

De Boer en Suk kennen elkaar van modeacademie ARTEZ in Arnhem. Precies, de opleiding waar ook Nederlandse successen als Iris van Herpen en Viktor & Rolf ooit begonnen. Na hun afstuderen voegden ze zich samen. Het concept achter hun merk? Kort en krachtig: deconstructie van de modewereld. De Boer: “Als je begint in de mode, zijn er allerlei regels waaraan je je moet houden: wanneer je showt, hoe je showt, waar je showt. Wij onderzoeken continu hoe het anders kan.” Zo zijn de collecties van Maison the Faux niet seizoensgebonden en kent de kleding geen gender. Suk: “We omschrijven onszelf vaak als een lachspiegel. We kijken wat er krom is en hoe we dat recht kunnen maken, of juist nog krommer.”

Zo ging hun laatste show ANNA, vermoed naar ultieme modekoningin Anna Wintour, over hoe mode zichzelf blijft herhalen. Het motto: “Elk seizoen brengen we iets nieuws, maar elk seizoen is dat hetzelfde”. Suk en De Boer vertaalden dat naar een deconstructie van het ultieme uniform: een denim broek en jasje. Steeds hetzelfde basispatroon, maar dan ingeknipt, misvormd, uit elkaar gehaald en in nieuwe vormen weer aan elkaar genaaid.

Ook uit die collectie: het ‘tepelshirt’. De Boer noemt het gekleed naakt. “We zijn geobsedeerd door de huid, en door hoe kleding als een tweede huid functioneert. In dit shirt komt dat samen.” Grappig verhaal: de tepel die herhaaldelijk op het shirt is afgebeeld, is afkomstig van een van hun stagiaires. “We wilden een tepelprint maken. Zij ging op internet zoeken naar geschikte tepels, maar bedacht uiteindelijk dat die van haar het mooiste waren. Dus heeft ze die op de foto gezet.” Als finishing touch zit er door één tepel een piercing, met daaraan drie diamanten letterhangers: MTF. Suk: “Een knip-oog naar de logocultuur. Op die plek, links op de borst, zit vaak een merkje. Voor ons was het een logische stap om in plaats daarvan een piercing aan de tepel te hangen.”

Hun vierde collectie presenteerden ze voor het eerst niet in Nederland, maar in

Parijs – misschien wel de meest prestigieuze modestad ter wereld. In het Atelier Néerlandais, waar eerder Iris van Herpen haar eerste Parijse show gaf, liepen vrouwelijke én mannelijke modellen mee in de show. Nog steeds in een gebruikelijke gang over de catwalk, maar wel omringd door kartonnen versies van henzelf. Suk: “Zodat je eigenlijk van tevoren alles al had gezien.”

Verder showden ze in januari voor de vierde keer op Amsterdam Fashion Week. Al moet je het eigenlijk geen show noemen, maar een ‘fauxperience’. Suk: “We kunnen er nog niet te veel over zeggen, maar de bezoeker is in ieder geval niet passief, maar onderdeel van de installatie.” De Boer: “Het wordt veel meer een beleving dan een klassieke modeshow.”

Een vertoning buiten de gebaande paden, want geen catwalk en een rij stoeltjes, maar hun ‘fauxperience’ vindt wel plaats via een conventioneel platform, namelijk de modeweek. Wilden ze dat systeem niet juist veranderen? Jazeker, maar dat gaat het best van binnenuit, menen ze allebei. De Boer: “We zouden totaal buitenspel staan als we alles wat er is in de prullenbak zouden gooien. We kunnen er veel beter onderdeel van zijn, om de gang van zaken mondjesmaat te sturen. Het is als de evolutie: verandering kost tijd.”

Hun vernieuwende kijk komt in een tijd waarin de gevestigde systemen binnen de modewereld onder vuur liggen. Een paar maanden terug, na het vertrek van Raf Simons bij Dior om ‘persoonlijke redenen’, schreef topmodejournalist Suzy Menkes voor Vogue over ‘waarom de mode crasht’: het moordende schema van zes shows per jaar op vaste momenten legt een te grote druk op de ontwerpers.

Ook de modeshow als spektakel sijpelt steeds verder door. De complete decors van

Chanel zijn inmiddels een bekend voorbeeld: Karl Lagerfeld liet afgelopen mode-week een heus vliegveld bouwen. Maar ook diezelfde Raf Simons deed eraan mee: hij gaf zijn laatste show in het Louvre, alwaar een van de piramides voor de gelegenheid volledig was bekleed met ridderspoor. Heel Instagram stond meteen vol met foto’s van de blauwe bloemenzee, nog voor de show binnen goed en wel was begonnen.

Het duo houdt de gebeurtenissen nauw in de gaten. Suk: “We zitten in een tweestrijd: we voelen liefde voor het fenomeen mode, maar walgen stiekem van de gang van zaken in diezelfde wereld.” De Boer: “Mensen roepen nu: mode is dood, er is alleen nog maar kleding. Daarmee ben ik het niet eens. Het gaat om een droom die we willen uitdragen.”

Ze noemen zichzelf ook liever geen mode-merk, maar een creatieve studio. Ja, kleding is vaak de manier waarop ze hun ideeën uiten – ze zijn immers beiden afgestudeerd aan de modeacademie, maar die kleding is veel meer een middel dan een einddoel. Suk: “De shows zijn ons visitekaartje, maar we doen veel meer.” Zo ontwikkelde Maison the Faux concepten voor Museum Arnhem en Toneelgroep Oostpool. “Mensen krijgen steeds meer oog voor de toepasbaarheid van onze creatieve geest.”

Moesten ze begin dit jaar nog teren op de verdiensten uit hun bijbanen, nu kunnen ze leven van hun merk. “Nou ja, het is nog geen vetpot”, lacht De Boer. Hun kleding hangt volgend jaar bij drie Nederlandse winkels, en al langer bij het toonaangevende V-Files in New York. De Boer: “Kleding is nu hoe we ons concept verkopen. We willen dat het wordt opgepikt. Maar uiteindelijk gaat het niet om een nieuwe blouse, maar om een nieuw geluid.”

## WAT DRAGEN ZE ZELF?

Joris Suk was al gehuld in eigen werk, dus hoefde zich voor de foto niet om te kleden. Hij draagt een set uit de C'est Vrai ou C'est Faux?-collectie van Maison the Faux. De broek die hij aanheeft, heeft een print van een handgeweven patchworkbroek uit de collectie. Zelfs de loshangende draden van het gestikte denim zijn erop te zien. “We hebben die broek onder het kopieerapparaat gelegd, en de kopie gebruikt om een nieuw

item te maken.” Handwerk is kostbaar, om te maken en om te kopen. “Dit soort dingen zijn te duur om te verkopen. Dus we dachten: we maken een huispakkenlijn aan de hand van onze eigen couture-items.” Tessa De Boer, lachend: “We zijn eigenlijk onze eigen Zara, die vaak knock-offs van designer-items maakt.” Zij gaat gehuld in een jas van dezelfde techniek, die ze vorig jaar maakten in opdracht van de Wool Week. Weer een decon-

structie van een klassiek kledingstuk: een zwarte wollen jas is in repen gesneden en opnieuw geweven. Daarna is hij bedekt met borduursels. De Boer: “Het is een couturestuk dat gaat over het uit elkaar trekken van de basis en die opnieuw interpreteren.” Het duo staat in een zelfgebouwd spiegelend decor: een preview op de ‘fauxperience’ die in januari zal plaatsvinden tijdens Amsterdam Fashion Week 2016.

## VOLGENS

Bregje Lampe Volkskrant  
Milou van Rossum NRC  
Sandia Govers Vrijgroot Jan Schoon & Martijn den Boer PR schoolvinder boer  
Martijn Nekouli MOAM Bastiaan van Schaik Stylist Jordy Huinder Stylist Roel Schagen Stylist Marc de Groot Fotograaf Peter Stijger Fotograaf Jan Jansen Schoonontwerper Puck & Hans Oud-ontwerpers Mandy Hooftwoud oprichter Jurgi Persoons KADK Ruud van der Paal Stylist Mariëtte Holtink HTNK Davy Heze-mans Spice PR Meta Struycken newStyle Marlon Mellema Vogue Marieke Eyskoot Talking Dress Georgette Koning Modeljournalist Rachid Naas Fashion Council NL Peter Leferink AMR Juriaan Bakker TWOL24.nl Branco Popovich Fashionclash Maastricht Nina Pierson PUP creative agency Barrie Hullege Fotograaf Petra van Bommel Fotograaf Narda van 't Veer Uni Jos Teunissen ARTEZ Monique Sakkers Meester-opleiding Coureur Anke Jongejans HKU Madelief Hohe Gemeentemuseum Den Haag Ninkie Bloemberg Centraal Museum Krystyna Metz Ann Demesulmeester Gaus Beumer Het Nieuwe Instituut Sonny Groo Stylist Mo Karadzaj Paparazzi Models

OPZIJ  
ANNE WINTOUR  
CONFERENCE  
van de  
Caharctieres

NU IN DE WINKEL

## Hoe is het nu met... Bastian Visch (27)

Van Bastian Visch, het modetalent van afgelopen jaar, is op het moment werk te zien bij de expositie *Lokker Licht* in het Centraal Museum te Utrecht. Een prestigieuze tentoonstelling waar hij naast grote namen uit de modewereld hangt, zoals Jan Taminiau en Viktor & Rolf. 'Er

hangt één ontwerp in zes verschillende uitvoeringen, waarvan de kleur en het contrast continu veranderen door het licht in de ruimte.' In het voorjaar van 2015 lanceerde hij nog een grote modedcollectie in samenwerking met het inmiddels bijna failliete wa-

renhuis V&D, maar voor het aankomende jaar heeft Visch een ander plan: 'Ik wil me verder ontwikkelen in nieuwe manieren van kleding produceren - nieuwe technologieën ontdekken en experimenteren met andere materialen.' (Dominique Wiedeman)

## 2 Schueller de Waal (51 punten)

De nieuwe Viktor & Rolf gingen van Hugo Boss naar pastatassen.

'Er was niet zo veel in Zeeland, dus je leert er wel je fantasie gebruiken', zegt Rens de Waal (31) over zijn jeugd in Terneuzen. Samen met Phillip Schueller (32) vormt hij het modeduo Schueller de Waal - als ze al niet de nieuwe Viktor & Rolf zijn, dan toch met hun achternamen. De vergelijking gaat overigens wel op. Net als Viktor & Rolf in hun beginjaren geven ook zij klassieke vrouwenkleden een hier en daar hysterische twist: bloezen met enorme rozetten, veel te voluptueuze volants, sterk uitvergrote paisleymotieven van zwart plastic, doorkijkvensters op de voorkant van een jurk. Kleden die wel wat lef vereisen van de draagster, en humor, om niet te zeggen zelfspot.

Precies wat ze wilden maken en wat ze misten bij Hugo Boss in Duitsland, waar ze werkten toen ze elkaar leerden kennen: humor in de ontwerpen. Ze hadden er allebei een goede baan als conceptontwikkelaar, maar hun grote talent kwam er niet uit de verf. Nu ze voor zichzelf zijn begonnen kunnen ze veel uitgesprokenere kleden ontwerpen die niet al in rijen in de winkels hangen. Overigens verkopen ze nog bijna niets, alleen hun tassen beginnen voorzichtig te lopen. Slim, want met accessoires wordt het geld verdiend in de mode. Ook die tassen zijn geestig: er is een tortellini bag (in de vorm van, jawel), een ravioli clutch en een miniravioli partytasje, pastavormige variaties op de klassieke baguette. Lichtzinnig, noemen ze hun werk zelf graag, maar het ziet ermaar uit dat dit serious business wordt.

**Evelien van Veen**

## 3 Jef Montes (46 punten)

Montes maakt museumstukken en experimenteert er driftig op los.

Het doel van een modeontwerper is natuurlijk: kleden verkopen in een winkel. Maar dat moet je niet te snel willen, ontdekte Jef Montes (28) toen hij kort na zijn afstuderen in 2012 in Arnhem al een kleine collectie kledingstukken bij Coming Soon had hangen, een bekende modewinkel in die stad. Een commerciële collectie, noemt hij het zelf: draagbare, ingetogen vrouwenkleden, die te weinig Jef Montes waren en dus ook te weinig herkenbaar om klanten hebbertig te maken. Hij gooide het over een andere boeg. Eerst een eigen handschrift ontwikkelen, smoeel krijgen, dat was wat hem te doen stond. Nu maakt hij couturestukken om te exposeren, niet om te verkopen - of nou ja, aan musea, dat graag. Gelukkig maar voor de Nederlandse mode, want met Jef Montes is na Iris van Herpen weer iemand opgestaan die experiment en materiaalontwikkeling centraal zet en dat levert mooie vondsten op. Lichtgevende stoffen bijvoorbeeld (in samenwerking met Philips), en jassen van glasvezel met een laag epoxyhars die zo stijf zijn dat een mens er amper in kan bewegen.

Ondraagbaar dus, maar wel eigenzinnig - heel belangrijk om naam te maken. Montes' shows zijn altijd een proefje van zijn experimenteerdrijf. Hij liet modellen reageerbuisjes indigoblauwe inkt over hun witte jassen leeggieten, hij toonde een jurk die wegsmolte nadat de stof was natgemaakt (het geheim: draden van gelatine). Later zag hij bij Hussein Chalayan precies hetzelfde procedé op de catwalk. Hij heeft hem nog een mailtje gestuurd, niet om hem van jatkwerk te betichten, maar om te zeggen dat hij het zo mooi vond. Het Centraal Museum heeft al werk aangekocht. Die klanten volgen wel. **EvV**



Foto's Peggy de Kuiper



Foto Jan Willem Koldenbach

