

# VAN INSPIRATIE NAAR DE WINKELVLOER

Aan de ene kant onopvallend opgaan in de massa en aan de andere kant je stem laten gelden. Beide stromingen vinden hun weg in de vrouwenmodetrends voor zomer 2020. Hoe ga je deze informatie van de voorgaande pagina's vertalen naar je winkel? "Voordat ik ga inkopen, maak ik moodboards."

Productie: **Rosita van der Kwaak en Margreet Anches**



**Elly Sonneveld, eigenaar van No13 in Delft:**  
"Uit United narratives haal ik de snoepjes voor de winkel. Niet iedereen houdt van minimalistisch en folklore blijft in de zomer belangrijk."



## DE INKOPER

**ELLY SONNEVELD,  
EIGENAAR VAN NO13 IN DELFT**

"Na alle bloemen, bladeren en andere prints vind ik het fijn dat het modebeeld weer de rustige kant op gaat met toon op toon-combinaties en kleuren die in elkaar overvloeien. Er is veel kleur en daar ben ik blij om. Ik vind het minimalistische thema Abstracted iconoclassics mooi, dat is de stijl die ik ook in mijn hoofd had voor het nieuwe seizoen. Maar we vertalen deze wel altijd naar onze klant. We verkopen geen oversized pak, maar wel een oversized colbert met een smalle broek. Niet iedereen houdt van minimalistisch en folklore blijft in de zomer belangrijk, dus het thema United narratives spreekt me ook aan. Daaruit haal ik de snoepjes voor de winkel. Ik mix een minimalistisch pak met een uitgewerkt kleurig



JEROEN SNUJERS

Elie Saab

bloesje of juist een folklorebroek met een simpele top. Juist dat combineren, is waar onze winkel voor staat, anders kunnen mensen net zo goed naar een monobrand store gaan. Het thema Off-line wanderer vind ik erg van toepassing op nu, omdat iedereen bezig is met natuurlijke materialen, eerlijke productie, groen en back to basic. Die kleuren zijn prachtig. Unrealistic reality met dat lak, zilver en fietsbroekjes is voor ons iets te extreem. Het moet draagbaar blijven, we hebben van Rains bijvoorbeeld een holografische lakjas ingekocht. Voordat ik ga inkopen, maak ik moodboards en elk nieuw seizoen geef ik de winkelmedewerkers training over de nieuwe collecties en de styling."

## DE STYLIST



JOLANDA OSKAM,  
EIGENAAR VAN JOINSPIRATIONS

“Leuk aan de trends vind ik dat alles kan. Abstracted iconoclassics vind ik interessant. Dit thema kan saai worden, dus kies niet voor alleen neutrale tinten, maar denk ton sur ton en zoek het in sterke statements met kleur, contrast en grote items om je look te versterken. Bij forsere klanten moet je oppassen met oversized en juist kiezen voor lagen van soepele materialen. Het bohemian gevoel uit United narratives is voor een bepaald type vrouw. Mijn advies is om het eigen te maken, bijvoorbeeld met een accessoire dat je hebt meegenomen van een reis. Sowieso kun je met accessoires veilig en makkelijk met een trend meedoen. Reframed history kun je vertalen met een broche, sjaal of een sokje met ruches. De gemiddelde Nederlandse vrouw kiest wellicht minder snel voor het Vivienne Westwood-achtige van Creative activism. Ik denk dat Unrealistic reality het lastigste is om toe te passen, dat wordt snel over de top. Van Off-line wanderer vind ik vooral de materiaalkeuze boeiend: comfortabel, licht, makkelijk in te bewegen en niet te gekunsteld. Over alle thema's zie ik in het comfortabele een grote trend, wat heel goed past bij Nederland. Lichte soepel vallende materialen en modellen en praktische schoenen. Subtiel heeft in de trends de boventoon. Dat is qua styling wel een uitdaging.”

## DE VISUAL MERCHANDISER



ROOSMARIJN JONKER,  
ART DIRECTOR BIJ BEEKWILDER IN AMSTERDAM

“Als trends iets te overweldigend overkomen, kan het helpen eerst te kijken wat bij jouw concept past. Je hoeft niet alles over te nemen, een specifieke kleur eruit pikken kan al vernieuwend zijn. Peach blush, onder meer uit Abstracted iconoclassics, is een aanrader voor komend seizoen. In Milaan zag ik onlangs aardig wat winkels die met deze tint werken. Sowieso gaan we hopelijk meer kleur in winkelinterieurs zien, in Italië en Amerika zie je dit al veel en mensen worden er vrolijk van. Daarom spreekt United narratives me aan. Het lijkt me tof als je het aandurft om met print op print te werken. Het mooie is dat je niets verkeerd kan doen, omdat grafische dessins elkaar versterken. Is dit te veel? Kies dan voor één kleurrijke achterwand of vloer. Plaats blikvangers met prints voor een uni achtergrond, zo springen ze eruit. Denk aan een goede spot en dat je ze meer lucht en ruimte in het kledingrek geeft. Dat verdienen bijzondere stukken. Met Creative activism kan je eveneens losgaan. Gebruik de kleur Freesia, voor het gele-hesjes-gevoel. Kijk eens verder dan je etalage en de winkelvloer: ramen zijn fantastisch voor kreten, leuzen of grafische prints. Ga aan de slag met stiften, afzetliint, ducttape of span wit folie en bespuit dit met graffiti. Abstracted iconoclassics is een mooie tegenhanger en een voorbeeld van hoe je met eenvoud kan opvallen. Je kan denken aan strakke en ritmische productpresentaties. Werk hierbij trapsgewijs omhoog op niveaus Zo'n opbouw kan spannend ogen, zeker als je speelt met licht en schaduwen. Zo breng je het architectonische gevoel uit het thema tot leven.”

## DE INKOPER



INGE BRUGGINK,  
MEDE-EIGENAAR VAN WINKEL FIER IN ENSCHEDE

“Voor komende zomer spreekt het thema United narratives ons aan, omdat we zien dat onze klanten steeds vaker gedurfde keuzes durven te maken en kiezen voor print en kleur. Zelf zijn we ook niet bang om smaken en trends te combineren. We denken niet in hokjes. Wat ons betreft hoeven outfits niet meer perfect te matchen. Het is juist leuk om te spelen met opvallende items. Zoals een bloemenjurk met futuristische boots à la Unrealistic reality. Of een mooi colbert, basic wit shirt en jeans met neon sneakers als blikvanger. Deze zomer verkopen de lange rokken en jurken goed, ik verwacht datzelfde voor komend seizoen. Om ze iets extra's mee te geven, stylen we ze af met grote riemen met prints of een uitgesproken buckle. Verder blijft comfort belangrijk. We gaan op zoek naar basisproducten van kwalitatieve, natuurlijke materialen, omdat onze klanten dit graag dragen in de zomer. Daarbij zien we een groeiende behoefte ontstaan naar duurzame kleding. Gelukkig werken al een aantal merken uit ons pakket met gerecycled materiaal.”



**Roosmarijn Jonker, art director bij Beekwilder:** “Met Creative activism kan je losgaan. Gebruik de kleur Freesia, voor het gele-hesjes-gevoel. En ramen zijn fantastisch voor kreten, leuzen of grafische prints.”

**ZO DOEN ZIJ HET:** Lees verder op [www.textilia.nl](http://www.textilia.nl) over hoe anderen de trends vertalen naar hun collecties en de winkelvloer.