

Den Haag koestert zijn talenten.

Mode-ambassadeur

Michael Barnaart van Bergen

heeft aan de stad te danken dat hij min of meer toevallig vanuit zijn atelier het winkelvak is ingerold en uiteindelijk collecties is gaan ontwerpen van iconische knitwear-jurken. ‘Het heeft niet zoveel zin om te concurreren met grote merken met miljoenenbudgetten. Ik moet onderscheidend blijven, anders kun je net zo goed naar Claudia Sträter.’

door Rupert Parker Brady



‘Roem past niet zo bij me’



Aan de sympathieke dertiger kleeft het aura van een jonge, succesvolle designer. Michael Barnaart van Bergen werkte samen met onder meer het Concertgebouw, het Residentie Orkest, Sacha schoenen, de Bijenkorf, het Gemeentemuseum en Studio Jan Kruis. Opgeleid tot grafisch ontwerper en tot modeontwerper heeft hij de afgelopen 10 jaar een unieke democratische stijl ontwikkeld. Het succes is niet naar zijn hoofd gestegen, hij doet alles nog zelf behalve de productie. ‘Ik zou wel eens wat anoniemer willen zijn. Roem past niet zo bij me, ik vind het prima op de achtergrond te blijven.’

Je zit al sinds 2011 in de Papestraat met je winkel. En sinds vorig jaar verkoop je in het pand accessoires eraast voor vrouwen. Wat is succesvoller?

‘De verkoop van mijn collectie jurken loopt beter, want ik had tot voor kort nooit een focus op het ontwerpen van accessoires. Ik wilde het wel heel graag. Je ziet dat de grote modezaken heel goed tassen verkopen maar dat de kledingcollectie niet goed verkoopt. Bij mij is het precies andersom, dat is een luxe positie. De wereld die ik ontwerp stopt niet bij jurken. Een paar maanden geleden ontwierp ik het ‘Meisje met de parel’ broche. Er zijn nu tegen de 300 exemplaren van €59 per stuk van verkocht. Dat is voor mij als klein winkeltje best veel.’

Wat is precies de wereld die jij ontwerpt?

‘Het is altijd heel grafisch, optimistisch en toegankelijk. Een vrolijke wereld met een knipoog zoals een jurk met een ingebreid riempje. Een paar jaar geleden had ik een klant die zei: “Goh, het lijkt hier op de film Mon Oncle van Jacques Tati.” Ik had die film uit 1958 nog nooit gezien, maar ze sloeg de spijker op z’n kop. Ik was er zelf verbaasd over. Sterker nog: toen ik mijn modeopleiding begon waren mijn ontwerpen zwaar poëtisch en romantisch. Nu ontwerp ik meer grafische collecties die lijken op speelgoed waarin je wilt bijten. Ik heb het niet zo bedacht, het is gewoon zo ontstaan. In 2010 ging ik focussen op knitwear. Door de techniek wordt je een soort handschrift opgedrongen en dat maakt je werk dan ook grafisch. Het kan niet al te fijn want je zit met die steken dus dat dwingt je tot grotere gebaren. Ik vind het wel leuk om juist de grenzen op te zoeken wat er mogelijk is.’

In september 2019 deed je mee met Masterly The Hague met een ontwerp gebaseerd op een schilderij van een oude meester. Wat heb jij toch met kunst?

‘Vlak voordat mijn winkel opende in 2011 had het Gemeentemuseum een tentoonstelling over mode en kunst. De curator vroeg mij of ik een capsule collectie wilde ontwerpen geïnspireerd op kunst, waaronder de Mondriaan jurk die daarna door het Centraal Museum is aangekocht. Ik bedacht mij hoe tijdloos kunst is en mode per definitie niet. Ik ben toen vanuit eenvoud een classics collectie gaan ontwerpen die vanuit de herkenbaarheid iconische potentie had. Het overkomt mij regelmatig dat als een klant een jurk na een paar jaar helemaal heeft afgedragen, ze de jurk opnieuw koopt of gelijk drie bestelt. Ik heb dat design vaak nog hangen of ik laat het gelijk voor haar maken.’

Jij weet voor een zelfstandig modeontwerper zonder personeel regelmatig jaloersmakend veel publiciteit te genereren.

‘Er zijn naast de Mondriaan jurk wel meer momenten geweest dat ik dacht “dit is het”. In 2009 heb ik een schoenencollectie ontworpen voor Sacha. Dan hang je ineens in allerlei winkels met een schoen die heel goed verkoopt. Ik schoot er alleen financieel niet zo veel mee op. Dat was ook een doorbraakmoment. Mijn allereerste papieren wegwerpcollectie op de Amsterdam Fashion Week was een eerste kennismaking met de haute couture vakpers. Ik heb dat in januari gehad met de Tricomatic Dripping jurk die Jannie van der Heijden van Heel Holland Bakt aan had. Een week lang kon ik geen tv aanzetten of de druppeljurk kwam voorbij of ze hadden het er over. Die jurk heeft ook iconische waarde door de eenvoud en herkenbaarheid. Het is sterk genoeg dat je het onthoudt. Vaak gaat het in de media alleen maar over wie het heeft gedragen, niet over de jurk zelf.’

De pop-up store in de Bijenkorf op de Grote Marktstraat was natuurlijk een grote eer.

‘Ik heb wel mijn ogen uitgekeken, maar ik vond dat gedoe rond die pop-up van de Bijenkorf wel heel vermoeiend. Het heeft uiteindelijk maar vier dagen geduurd. Ik kwam er veel van mijn eigen klanten tegen. Een of twee mensen zijn er na hier bij mij in de winkel geweest.’

Jij hebt ook een goedlopende webshop. Weet jij veel van je klanten?

‘Nee. Een vriend van mij zit helemaal in de databasemarketing. “Je kunt zoveel weten van je klanten!” Ik heb al zoveel aan mijn hoofd met ontwerpen, ik ben gewoon veel minder een winkelier dan ontwerper. Toch zit ik al twee jaar na te denken over een klantenkaart of zegeltjes. Ik doe ook wel eens evenementen voor vaste klanten met muziek buiten, parasols, statafels en een bandje. Mijn vaste klanten zijn vaak leuke vrouwen die ook wel iets anders durven en iets dragen wat ze niet overal zien.’

Je koketteert ermee dat je geen winkelier bent, ondertussen heb je het vak aardig onder de knie.

‘Ik heb heel vaak als ik een nieuwe collectie heb dat mensen twee weken later de winkel binnenlopen met de vraag wanneer mijn nieuwe collectie komt. “Ik ben net klaar!” Als je een winkeltje hebt kom je er achter dat je voortdurend moet blijven entertainen. Ik heb wel geleerd van Simone van Trojen van LaDress tijdens het Storey event in mei 2018 dat ik niet langer twee keer per jaar de collectie in één keer in de winkel leg. Eerst doe ik een deel van de collectie en de laatste paar jurken komen in de maanden daarna. Dat heeft twee voordelen: ik kan daardoor meer ontwerpen en het is voor klanten leuk. Ze zien het niet als een trucje en vinden het juist leuk als er iets nieuws bij komt. In het collectieboekje staat wel de hele collectie en dan wachten mensen tot net die ene jurk binnen komt. Dat geeft veel voldoening.’

