

Tijdens de wintereditie van de Salon Internationale de la Lingerie in Parijs toonde het kersverse Nederlandse badmodemerk Jolet haar eerste collectie. Ontwerperster Jolet van Erkel (28) was nog maar een half jaar eerder begonnen met de ontwikkeling van de collectie. Dat ze in januari op een van de grootste lingeriebeurzen ter wereld zou staan had ze nooit durven dromen. Het vergt lef en dat heeft Van Erkel. Nu is ze klaar om de wereld te veroveren met haar sexy badmodelijf.

Het St Tropez Gevoel

Tekst: Wendela van den Broek

Foto: Jolet

Ondernemend

Jolet van Erkel is altijd al een ondernemend type geweest. Tijdens haar studie bedrijfskunde in Groningen verdiende ze bij als danslerares voor kinderen. Via advertenties in de buurt kon ze al snel aan de slag. Na een half jaar besloot ze haar streetdancelessen uit te breiden. Vier jaar later gaf ze op zeven locaties twintig groepslessen per week en had ze tien studenten parttime in dienst. Na afronding van haar studie besloot ze terug te keren naar Utrecht, waar haar familie woont. Ze kon een dansstudio huren op een kantoorterrein in Nieuwegein. "De plek was niet precies wat ik in gedachten had, maar de kans was te mooi om te laten gaan," zegt Van Erkel. Haar vader, ook ondernemer, stond achter haar en heeft geholpen met de inrichting van de studio. Het is de locatie waar ze tot op heden vertoeft. De studio is groot, modern en licht en van alle gemakken voorzien, inclusief een verrijdbare catwalk, kleedkamer en ruim kantoor. "In het begin

dacht ik het net zo gemakkelijk voor elkaar te krijgen als in Groningen. Dat viel vies tegen. Niemand reageerde op mijn flyers. Pas toen ik in Nieuwegein een modeshow voor detaillisten uit de gemeente mocht organiseren, laaide de belangstelling op." Nu geeft ze naast danslessen ook cursussen modeshow lopen en workshops visagie die voor iedereen toegankelijk zijn, van huisvrouwen tot modellen in spe.

Modekriebels

Van Erkel was van jongs af aan al modetekeningen aan het maken. "Ik was daar samen met een vriendinnetje uren mee zoet," lacht ze. Voor haar leerlingen maakte ze veel van de kostuums die nu in de kleedkamer hangen. Afgelopen augustus besloot ze haar eigen bikinilijn te starten. "Het spookte al een tijdje door mijn hoofd. Ik vond het altijd leuk om te tekenen en kleding te maken, en ik heb iets met bikini's. Ze zijn een mode item op zich



en niet van een ander kledingstuk afhankelijk voor een complete look." Van Erkel kreeg de kans haar ontwerpen tijdens een modeshow van het mode-evenement Fashion Fusion te tonen. Ze liet bij een naaiatelier monsters van elf ontwerpen maken. Tijdens de show, waarvan zij de regie in handen had, vroeg ze een aantal vriendinnen in het publiek feedback van het publiek op te vangen. Deze was uitsluitend positief. Ze werd zelfs door een bekend mode-merk benaderd die haar bikini's wilde gaan verkopen.

Geïnspireerd door de positieve reacties ging Van Erkel vorig jaar tijdens de herfstvakantie naar Sjanghai om daar een modebeurs en een textielbeurs te bezoeken. Het doel van de reis was inspiratie op te doen. Aldaar kreeg ze de contactgegevens van een grote Turkse producent van badmode. "Ik ben vervolgens naar Istanbul gegaan en heb meerdere fabrieken bezocht maar toch gekozen voor deze producent. Hij werkt namelijk met hoogwaardige merken als Gottex, Armani en Hilfiger, spreekt goed Engels, denkt mee en heeft bijzonder veel ervaring. Ik merkte dat ik veel van hem kon leren." Het leerproces was al in Nederland begonnen. Van Erkel bezocht diverse stoffenwinkels in Amsterdam en Weesp en leerde snel het belang van gewichten. "Stoffen moeten hetzelfde gewicht hebben om met elkaar te kunnen worden verwerkt." Het gewicht is ook een belangrijke indicatie van de kwaliteit van de stof. Deze moet zeer hoogwaardig zijn, omdat Van Erkel haar merk hoog in de markt wil positioneren. De retailprijzen liggen tussen de €75 en €200. "Een ontwerp als de Pearl (een bikini met bandjes van parels die ook losgemaakt kunnen worden en als armband kunnen worden gedragen) is natuurlijk wat duurder, omdat de accessoires wat meer kosten." De fabrikant werkt samen met een producent van accessoires voor badmode, dus ook daar hoeft Van Erkel zich geen zorgen om te maken. Zij hoeft alleen de samples te (laten) maken en ze naar de fabrikant op te sturen. "Deze fabrikant is zo'n goede partner dat hij aan de hand van mijn samples kan zien welke stoffen en accessoires geschikt zijn. Het is fantastisch om te zien en te beseffen dat iemand die de badmode van een wereldmerk als Gottex maakt ook aan jouw collectie gaat werken. Het is een beetje onwerkelijk."

Zaken doen

Dankzij haar deelname aan de Salon Internationale de la Lingerie heeft Van Erkel veel waardevolle contacten opgedaan. Vooral inkopers uit het Midden Oosten bleken in de collectie geïnteresseerd. "Ze zijn dol op dit genre sexy badmode. Het heeft iets van de glamour van St Tropez, en dat is ook de bedoeling. Ook werk ik veel met accessoires als parels en met stoffen zoals kant. Ik wil echter wel voorkomen dat het ordinair wordt, want die grens heb je zo overschreden. Het moet chic zijn." De creaties herinneren aan de sexy stijl van de jaren tachtig,

het tijdperk van de New Yorkse nachtclub Studio 54 en modeontwerper Halston. Ook hebben ze met hun verrassende en uitdagende snit iets weg van de foto's van Helmut Newton.

Van Erkel heeft een selectie van zeven ontwerpen gemaakt waarmee ze het eerste seizoen van start gaat. De fabrikant produceert minimaal 200 stukken per model. "Dat is natuurlijk ontzettend veel, vooral omdat de meeste onafhankelijke detaillisten in totaal maar 25 stukken per seizoen inkopen. Ik maak me echter niet te veel zorgen. Momenteel willen ongeveer 20 partijen in het Midden Oosten de collectie inkopen. Er is ook belangstelling vanuit Parijs en Marbella. Mocht ik veel overhouden, dan neem ik de collectie mee naar de volgende beurs in Lyon in september. In het slechtste geval kan ik de badpakken via mijn website en de dansschool verkopen. Maar ik sta pas aan het begin en heb zulke enthousiaste reacties gehad dat ik me nauwelijks kan voorstellen dat het mis gaat. Ik betrap mezelf erop dat ik heel groot droom en mezelf af en toe streng moet toespreken. Ik moet me eerst concentreren op deze collectie." Zodra de samples binnen zijn kunnen ze naar Turkije worden gestuurd. Dan moet de brochure ook af zijn en kan de bestellijst naar geïnteresseerde inkopers. In de tussentijd zal Van Erkel nog een bezoek brengen aan Dubai, waar zij bij diverse detaillisten langs zal gaan.

Als jonge ondernemer is het oprichten van een eigen merk een groot, onzeker traject. Daarom is ze van plan zich aan te sluiten bij branchevereniging Modint, die haar kan bijstaan als het gaat om zaken als import-export kwesties en distributie. Op het thuisfront krijgt ze steun van een bekende van de familie die thuis is in de mode en als agent in Nederland aan de slag zal gaan. "Het is opvallend dat ik hier nog geen verkooppunten heb en wel in Dubai," lacht Van Erkel. "Dat vind ik wel jammer en zou graag willen dat het hier ook wordt verkocht. Daar zal hard aan worden gewerkt."

Lof

Komend seizoen is Van Erkel van plan de collectie uit te breiden met badpakken en later ook met beachwear zoals sjaals en rokjes. Op den duur hoopt zij dat haar ontwerpen door allerlei verschillende vrouwen zullen worden gedragen. Dus ook Nederlandse vrouwen. "De stijl van de Nederlandse vrouw is op het gebied van badmode vrij degelijk," beklagt ze zich. "Het is alsof mensen geen andere modellen durven te dragen dan de geijkte driehoekjes. In een badplaats als Bloemendaal lopen ze er wel iets hipper bij, dus heb ik goede hoop." De ultieme droom? "Dat binnenkort iemand op het strand voorbij loopt in een van mijn creaties. Op de langere termijn een eigen winkel op een toplocatie in een buitenlandse badplaats. Maar nu eerst terug naar de werkelijkheid. De eerste collectie moet nog worden gelanceerd." ◀