

Hoe vertaal je de trends naar je zaak?

VAN INSPIRATIE NAAR DE WINKELVLOER

Bold & playful? Neo classical? De trendthema's spreken zeker tot de verbeelding. Maar hoe vertaal je ze naar je assortiment en de winkelvloer? "Accessoires zijn een goede manier om met een trend mee te gaan, zonder al te grote stappen te nemen in je visual merchandising."

Productie: Mehtap Gungormez

DE INKOPER

Mei Ling Tan, mede-oprichter/inkoper online shopping service House of Einstein:

"Eindelijk zien we andere kleuren, zoals bruin, beige en okergeel. Ik ben wel klaar met groen en rood als alternatief voor de standaardkleuren. Mannen verwachten van ons dat we ze iets anders aanbieden dan donkerblauwe of grijze kleding. Ze willen verrast worden. Daarom ben ik altijd op zoek naar nieuwe, andere kleuren die verfrissing brengen. Okergeel en donkerbruin zijn misschien niet de makkelijkste kleuren, maar als je precies de goede tint te pakken hebt, kan deze erg mooi zijn. Wij merken dat de meer uitgesproken items bij ons harder gaan, waarschijnlijk om dezelfde reden; klanten zoeken iets anders dan ze al hebben. Daarom word ik blij van zo'n 'Bold & playful'-trend. Natuurlijk gaan mannen nooit zo gekleed als op de catwalk, maar dit kun je bijvoorbeeld vertalen in een trui met gekleurde strepen. Voor de inkoop van onze collecties maken wij twee keer per jaar een trendrapport. Ook verzamelen we door het hele jaar heen allerlei inspirerende smart casual looks op Pinterest. In al deze uitingen probeer ik altijd een vertaling te maken naar 'de gewone man'. In het geval van de 'Hi-tec'-trend: je hoeft niet meteen een metallic jas in te kopen, het kan ook subtiel zitten in de opdruk van een sweater. Waar ik op inzet zijn broeken die een alternatief bieden voor de chino en de jeans. Pantalons, maar iets minder voorspelbaar door het gebruik van vernieuwende details. Verder staan ruiten, zoals te zien in de '90s minimalism'-trend, hoog op mijn lijstje."



DE STYLIST

Yce Sidibe, personal shopper/stylist voor tv-persoonlijkheden als John van den Heuvel, Sven Kockelman en Kenneth Perez:

"De trend 'Soft touch' past goed bij mannen. Kleding moet prettig aanvoelen en comfortabel zitten. Corduroy is erg geschikt voor de winter. Het fijne van een ribfluwelen pak is dat je het jasje en de broek makkelijk los van elkaar kunt dragen. Fluweel is behalve feestelijk ook goed casual te dragen, in combinatie met stevigere materialen als wol. De groentint 'storm' is een goede kleur voor veel mannen. Vooral wanneer je iets bleker bent. En hij combineert mooi met grijstinten. Bij de 'Hi-tec'-trend dacht ik: het werd tijd. Fijn om te zien dat er meer aandacht komt voor kleding die zowel functioneel als stijlvol is. Ook ben ik blij dat het in de trend 'Neo classical' allemaal iets chiquer en eleganter wordt. Gekleurde leren handschoenen zijn een goede manier om deze trend door te voeren. Opvallend ook dat de chelsea boot weer terug is van weggeweest. Het is eens wat anders dan de witte sneaker. De 'Bold & playful'-trend moet je doseren, vind ik. De persoon in de kleding is het belangrijkste, dus je moet ervoor waken dat kleding niet het eerste is dat opvalt. Hoewel de jongere generatie zich wel wat gedurfter mag kleden in plaats voor het veilige zwart of donkerblauw te kiezen."



JEROEN SNIJDERS

Walter Van Beirendonck



Yce Sidibe, personal shopper/stylist voor tv-persoonlijkheden: "Harde en felle kleuren zijn bijvoorbeeld ook mooi te combineren met een kaki chino, waardoor het effect minder heftig is dan je in eerste instantie zou verwachten."

DE VISUAL MERCHANDISER

Bertine Bouwman, stylist/etaleur/vm'er bij Buro Beerbaum: "Het leuke aan de trendpagina's vind ik dat je direct een totaallook ziet, dus behalve mode ook interieur en vormgeving. Daar kunnen wij als stylisten, etaleurs en vm'ers veel inspiratie uit putten. Opvallend is dat de mannenmode gedurfder wordt. Die diversiteit is prettig, omdat je toch meer kunt variëren. Etalages mogen ook een stuk minder saai zijn. Zo kun je je onderscheiden van andere winkels. Mijn collega's en ik kijken veel rond op modebeurzen en maken dan moodboards voor onze klanten. Bij elke trend vragen we ons af hoe we dit kunnen vertalen in een winkelpresentatie die past bij de klant. Vooral zo'n trend als 'Soft touch' kun je goed doorvertalen naar je visual merchandising door zachte, fluffy materialen te gebruiken. Maar ook de 'Bold & playful'-trend is een leuke, speelse trend die zich uitstekend leent voor een kleurrijke etalage. Het hoeft heus niet meteen zo uitbundig, maar het kan ook zitten in bijvoorbeeld een fluorescerend accentje hier en daar. Daarnaast lenen de langere jassen uit de '90s minimalism'-trend zich goed om te tonen in je winkel, net als de jassen van 'hi-tec' materialen. Wat ik in mijn werk als stylist en vm'er merk, is dat ik voorheen voor mannen de kleine details om een look af te maken, miste. Bij vrouwen is het makkelijker om hier en daar een accessoire toe te voegen. Maar ook daar komt verandering in en daar ben ik blij om. Zo zien we in de 'Neo classical'-trend dat mannen meer sjaaltjes en riemen gaan dragen. Mannen krijgen steeds meer oog voor detail en zijn ook vaker bezig met die accessoires. Bovendien zijn ze een goede manier om met een trend mee te gaan, zonder al te grote stappen te nemen in je visual merchandising. Door hier en daar een zachte, aaibare sjaal toe te voegen aan een outfit wordt het geheel meteen wat meer up-to-date."



Bertine Bouwman, stylist/etaleur/vm'er bij Buro Beerbaum: "Voorheen miste ik voor mannen de kleine details om een look af te maken. Ik ben blij met de 'Neo classical'-trend waarin je ziet dat dit verandert."



JEROEN SNIJDERS



DE TRENDWATCHER

Mehtap Gungormez, trendforecaster en redacteur mannenmode voor

Textilia: "Mijn advies is: schrik niet van de uitbundigheid van deze trends! Het gaat erom dat je een vertaling maakt en dat betekent in de praktijk dat je er een paar items per thema uit plukt en die combineert met tijdloze kledingstukken. Over het algemeen is de tendens dat mannen steeds meer durven en bezig zijn met hun looks. Of dat nu in meer kleur en prints zit, of in de verfijning en elegantie, het gaat erom dat mannen op zoek zijn naar een alternatief voor de veilige kleuren en stijlen. Probeer iets meer te experimenteren met kleuren, stoffen en accessoires. Vooral schoenen, riemen en hoofddeksels kunnen zonder veel risico iets nieuws toevoegen. Verder zijn natuurlijk niet alle trends toe te passen in elk type winkel. Een trend als 'Bold & playful' is bijvoorbeeld geschikt wanneer je de jongere, creatieve man als klant hebt, terwijl 'Dutch masters' perfect is voor een klassieker mannenmodezaak."



'PLUK ER PER THEMA ITEMS UIT EN MIX ZE MET TIJDLOZE KLEDING'



Berluti



Christian Louboutin

Zo doen zij het

Lees online verder, onder andere over hoe merken de trends vertalen naar hun collecties en de winkelvloer. 📶