

6 Introductie

- 14 Wat vintage is
- 16 Faster fashion
- 22 Een lesje modegeschiedenis

1. **vin
tage**



2. **kopen**

- 78 Zocktips
- 90 Authenticeren
- 98 Dateren
- 120 Passen & meten



3. **dra
gen**

- 128 Persoonlijke stijl
Stijlinterviews
- 138 Catarina Quecrido
- 150 Gabriele Wolf
- 162 Mac Lapres
- 174 Zoë Diouf
- 186 Anouk Océanne

4. onderhoud

- 200 De ideale kledingkast
- 206 Je kleding onderhouden
- 220 Op maat maken
- 226 Reparatie

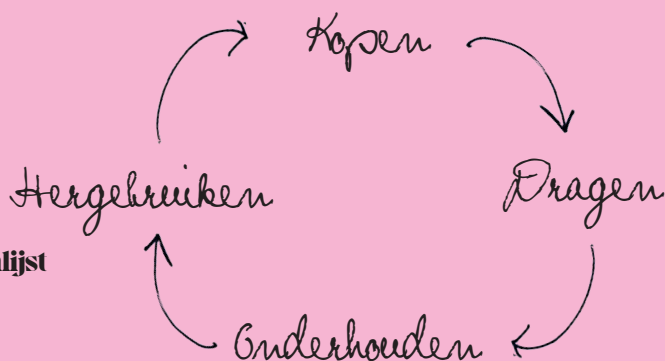


5. hergebruik

240 Hergebruiken



- 250 De ultieme vintage merkenlijst
- 254 Dankwoord
- 255 Beeldbronnen
- 256 Bronnenlijst



vintage forever

and ever

and ever and ever

and ever and ever
and ever and ever

and ever

and

Je kent het vast, dat je aan iemand vraagt waar dat geweldige jasje vandaan komt en dat het antwoord dan is: 'Het is vintage.' Het is het ultieme *cool girl*-antwoord en tegelijk altijd een beetje balen: de kans dat je precies hetzelfde item gaat vinden is klein.

Toen ik tussen 2020 en 2023 mijn eigen vintagewinkel *Rêveuse Vintage* runde in een piepklein pandje op de Bilderdijkstraat in Amsterdam, waren er aan de lopende band klanten die vroegen: 'Waar vind je al deze geweldige items? Als ik zelf zoek kan ik nooit goede dingen vinden.' Ze wilden er wel uit zien als een Chloë Sevigny of Alexa Chung (snap ik, wisselen van kledingkast met hen is ook mijn droom), maar het zoeken naar de vintagevondsten die hun outfits zo cool kunnen maken, ging bij de meesten nog een beetje stroef.

'*Rêveuse*' betekent dromer en idealist in het Frans en hoewel ik ook met de winkel impact maakte, waren mijn dromen en idealen altijd al veel groter dan die koraalroze 25 vierkante meter. Zo veel mogelijk mensen hetzelfde plezier te laten ervaren aan vintage als ikzelf was één van die dromen. Hoewel de winkel, voor eventjes, een spel was voor de vintageliefhebbers in Amsterdam die niet goed wisten wat en waar te zoeken en vertrouwden op mijn schatgraverij, hoop ik dat jullie na het lezen van alle tips in dit boek zélf moeiteloos de pareltjes eruit vissen, waar je ook zoekt. En dat gaat veel meer impact hebben dan één miniwinkel.



Het geeft mij heel veel rust dat ik door vintage te shoppen geen nieuwe modeproductie aanmoedig en daarmee minder uitstoot en leed veroorzaak dan door nieuwe items te kopen. Tegelijkertijd houd ik er een garderobe aan over met kleding die behalve uniek ook van veel hogere kwaliteit is. Het is heerlijk dat ik er keer op keer van uit kan gaan dat ik iets moois heb om aan te doen. De items in mijn kast zijn soms al vijftig jaar oud en kunnen nog jaren mee omdat ik ze goed verzorg en niet als wegwerp-artikelen zie. Sterker nog: ik hoop dat mijn iconische jaren '90-Versace-tas nog vele vakanties mee de wereld in mag, dat mijn jaren '80-Louis Vuitton-bloemenjasje ooit de hort op mag met een kleinkind in 2075, dat mijn zijden jaren '30-bloemenjurk mij nog door menig bruiloft heen mag slepen, voor sommige items bijna honderd jaar na hun eerste uitstapje.



Dat wil niet zeggen dat ik nooit meer iets nieuws koop, ik ben geen heilige. Sokken en onderbroeken koop ik nieuw en worden gedragen tot de gaten erin vallen (al draag ik dan wel weer vintage bh's, van La Perla). En een paar maanden geleden heb ik nieuwe gympjes gekocht voor mijn werk als stylist, waarbij ik vaak lange dagen moet staan. Je ontkomt er bijna niet aan, al zijn mijn nieuwe aankopen op jaarbasis op één hand te tellen. Perfectie is ook niet het doel, maar als we allemaal zo veel mogelijk kiezen voor vintage in plaats van nieuw, geeft dat de Zara's en Sheins van deze wereld een *run for their money*.

Ik geloof niet dat één individuele keuze de wereld gaat redden. Maar een massale mentaliteitsverandering kan wel iets in gang zetten. Hoe meer we onze idealen uitdragen en ons koopgedrag aanpassen, hoe groter de druk op grote bedrijven wordt om echt te veranderen.



De magie van een *dreamy* kledingstuk ontdekken onder een berg items die op het eerste gezicht niet zo aantrekkelijk leek, is ongekend. Mijn vondsten door de jaren heen zijn eindeloos: van designerblazers op Waterlooplein tot handbeschilderde jurken op schunnige zolders, perfecte spijkerbroeken op rommelmarkten en jaren '60-tuniekjes in boetieks. Mijn zoektempo lag de afgelopen jaren, mede door mijn winkel, een stuk hoger dan de gemiddelde vintage-aficionado en het aantal vondsten daarmee ook. De magie is er nog steeds niet af. Hoe meer ik leer, hoe meer ik ontdek hoeveel er nog te leren en te vinden valt.

Het mooiste vind ik misschien nog wel het mysterie van de stuks en de verhalen die je erbij mag fantaseren. Wie droeg ooit mijn gehaakte Loris Azzaro-top met metalen kettingen?

Het moet een *outgoing* vrouw zijn geweest die in deze top aan het shinen was in de jaren '70 (Tina Turner droeg zijn ontwerpen veelvuldig op het podium). Of mijn rode bucketbag, die liefkozend het 'tovertassie' wordt genoemd: met veelkleurige bloemapplicaties en een bijna bodemloze opslagcapaciteit (net zoals het tasje van Hermelien) is ze zowel groovy als praktisch. Was ze in haar vorige leven op stap met een hippiemeisje in bloemenjurk of een businessstijger in powersuit? Vaak is het echte verhaal niet meer te achterhalen, al zijn er in bijzondere gevallen wel heel duidelijke clues. Zo verkocht ik ooit een Valentino Couture-jurk uit 1987 die een labeltje in de voering had zitten van Bergdorff Goodman in New York, waarop behalve de aankoopdatum (29-12-87) ook met de hand de naam van de koper geschreven was. Ik denk dat we in dit geval mogen concluderen dat deze mevrouw outfitstress had voor oudjaarsavond en op de valreep een look gevonden had. De jurk is dus ooit vanuit New York deze kant op gekomen en ik verkocht haar weer aan iemand uit Londen. Wat ze verder in de afgelopen zesendertig jaar heeft meegemaakt en waar ze is geweest? Mysterie. Wat we wel weten is dat zo'n kwaliteitsstuk altijd gewild blijft.

Yves Saint Laurent zei ooit heel wijs: 'Fashion fades, but style is eternal.' Als je een tijdeloze kast wil, is het belangrijk je niet te laten leiden door tijdelijke modebevliegingen. Het allerbeste en allerduurzaamste wat je dus kunt doen, is je eigen stijl aanhouden. En wat die stijl ook is – van vrouwelijke bloemenjurken tot minimalistische stuks en alles daartussenin – het is al eens gemaakt en het is nog steeds in overvloed te vinden op je vintagezoektocht.

Ik hoop je met dit boek te kunnen bekeren tot een overtuigd vintageschatgraver die weet hoe en waar te zoeken. Tijdens mijn kruistocht (in vintage-spijkerbroek) zijn er geen geheimen: ik deel alle kennis waarvan ik denk dat die je kan helpen, en zelfs de merken die ik graag online zoek en de insider tips en tricks die ik liever geheim zou houden.

Op naar een kast vol parels waarvan iedereen continu vraagt waar je ze vandaan hebt, waar jij dan voor altijd voldaan op kan antwoorden: 'Het is vintage.'





'Fashion
fades, but style
is eternal'



A full-body photograph of a woman standing against a light-colored, textured wall. She is wearing a dark, fur-trimmed hat, a long-sleeved dress with a vibrant, multi-colored floral pattern on a dark background, black tights, and black pointed-toe boots. She is holding a dark fur accessory close to her face. The text 'wat vintage is' is overlaid in the center in a white serif font.

wat vintage is

Vintage- en tweedehandsshoppen is booming. Uit Europees onderzoek blijkt dat meer dan de helft van de mensen weleens tweedehands kleding heeft gekocht en als het om millennials en Gen z'ers gaat hebben we het zelfs over 68 procent. Maar weten we wel waar we het over hebben als we het over vintagekleding hebben?

'Vintage' is een trendwoord geworden. Het wordt klakkeloos gebruikt door zowel high end- als fast fashion-merken om een beetje schwing aan hun naam of collectie te geven. Zo bestelde ik als tiener eens een 'Reclaimed Vintage'-jumpsuit op fast fashion-webshop ASOS – enthousiast als ik werd van het idee dat de fast fashion-wereld zijn pijlen ook op hergebruik en vintage leek te gaan richten. Toen de jumpsuit aankwam bleek ik erin te zijn getrap: ik trok namelijk al snel de conclusie dat dit 'gewoon' fast fashion was. Bij nadere inspectie van de kledingstukken op de website stond ook niet duidelijk vermeld of en hoe ze dan aan hergebruik zouden doen. Met de naam 'Reclaimed Vintage' bleken ze alleen maar te zeggen dat ze hun fast fashion op vintagekleding inspireerden.

EU-regelgeving om dit soort greenwashing tegen te gaan is in de maak, zodat merken voortaan alleen nog specifieke claims mogen doen, zoals 'dit product is voor 17 procent van gerecycled materiaal gemaakt', in plaats van vage termen als 'sustainable' of 'recycled' te gebruiken. Of dit ook voor marketingtermen als 'vintage' gaat gelden moeten we afwachten. Ik hoop het in ieder geval.

Eigenlijk hoeft 'vintage' helemaal geen vage marketingterm te zijn. Het is juist een heel helder te definiëren begrip. Alhoewel ook daar misverstanden over bestaan. Veel mensen denken namelijk dat vintage per definitie hetzelfde is als tweedehands en omgekeerd.

Ik snap het als je nu je wenkbrauwen hoog hebt opgetrokken en denkt: 'Maar dat is toch ook zo?!' Niet dus. Zie hiernaast de definities die ik in dit boek aanhoud. Voor alle duidelijkheid.

vintage

Items die meer dan twintig jaar oud, maar niet ouder dan honderd jaar zijn worden geclassificeerd als 'vintage'. Deze hoeven niet altijd tweedehands te zijn, zie: 'deadstock'.

antiek

Items die meer dan honderd jaar oud zijn worden geclassificeerd als 'antiek'.

tweedehands

Items die al eerder door iemand gebruikt zijn worden geclassificeerd als 'tweedehands', ongeacht de leeftijd ervan.

retro

Items die nu nieuw geproduceerd worden in de stijl van vintage-items worden geclassificeerd als 'retro'. Als Zara nu een blazer ontwerpt met jaren '80-schouders is het retro. Dit concept is van alle tijden, zo was er bijvoorbeeld in de jaren '90 een periode waarin jaren '70-stijl weer in de mode kwam. Deze jaren '70-stijl-items geproduceerd in de jaren '90 zijn inmiddels dus zowel vintage als retro.

deadstock/old stock

Items waarvan het niet gelukt is ze te verkopen en die (soms decennialang) opgeslagen zijn geweest worden geclassificeerd als 'deadstock'.



faster fashion

Voordat ik hoteldebotel werd van vintage was ik een fervent fast fashion-shopper. In de tijd van platformen als Lookbook, Tumblr en modeblogs gooide ik maandelijks al mijn kleedgeld én bijbaansalaris over de balk bij goedkope ketens. Het waren de vroege influencerjaren, waarin het scheldwoord ‘outfit repeater’ uit Lizzie McGuire ineens relevant werd – ik deed er dan ook alles aan om elke dag iets anders aan te kunnen.

Sindsdien is het modesysteem alleen maar sneller geworden en het web draait inmiddels non-stop: dagelijks vullen fast fashion-merken hun sites met nieuwe items, afgestemd op wat vandaag op TikTok viral gaat en morgen al bij jou bezorgd kan worden.

Van maandelijks inspiratie uit modebladen naar een continue stroom aan stijlprikkels via blogs, Instagram en nu TikTok: het tempo is moordend. Met behulp van big data weten merken vaak al wat jij wil voor je het zelf weet. In deze tornado van trends lijkt het steeds moeilijker om écht vrije keuzes te maken – voor je het weet geloof je dat die ene *cottagecore*-jurk je leven gaat veranderen. Als de week daarop de *y2k*-trend weer een ervaring heeft op je feed kom je weer in een existentiële stijlcrisis. ‘A closet full of clothes and nothing to wear’ is hét symptoom van deze absurde mode-industrie met een eindeloze trendcyclus die je wil laten geloven dat je steeds iets nieuws nodig hebt. Niets is minder waar.

Hoe zijn we hier terechtgekomen?

De New Yorkse reclameman Earnest Elmo Calkins wist de kern te vatten in zijn boek *Consumer engineering* (1929): ‘Spullen vallen in twee categorieën: wat we gebruiken, zoals auto’s, en wat we opmaken, zoals tandpasta. Consumenten gaat er in essentie over dat we de spullen gaan opmaken die we nu enkel gebruiken.’ Het boek verscheen aan de vooravond van de Grote Depressie en onderzocht hoe je mensen meer kon laten kopen om de economie draaiende te houden.

Kleding is lange tijd een product geweest uit de eerste categorie: iets wat mensen gebruikten, aanpasten, repareerden en doorgaven. Er werd met zorg gekeken naar kwaliteit, stof en pasvorm (er bestonden helemaal geen ‘vaste’ kledingmaten want alles was op maat) en er werd meerdere jaren met een kledingstuk gedaan.



Charles Frederick Worth – ook wel de vader van haute couture genoemd – bedenkt aan het eind van de negentiende eeuw al dat seizoensgebonden collecties goed zijn voor de verkoop. Het duurt nog tot 1920 voordat de *ready-to-wear*-industrie, aangezwengeld door de industriële revolutie, echt op stoom komt en mode een groter publiek krijgt. In 1939 worden polyester en andere synthetische vezels uitgevonden. Vanaf 1953 wordt onder de merknaam Dacron voor het eerst commercieel polyester geproduceerd voor de kledingindustrie. Dan worden deze ‘wondervezels’ nog omarmd en bejubeld – ze zijn immers stevig, goedkoop, slijtvast, sneldrogend en verkrijgbaar in elke denkbare kleur.

In de jaren '60 vindt er behalve een baby-boom ook een welvaartsboom plaats: steeds meer mensen sluiten zich aan bij de middenklasse en kunnen het zich veroorloven om te kopen bij boetieks, zoals ze toen werden genoemd. Ook tieners doen en masse mee aan trends en krijgen steeds meer invloed op het modebeeld.