

L I N K
M O D E V A K B L A D

15^e J
NUM

MADE
BY HANDS



BP8 7109661550472

ERK# P708085



GROENE LINK

MERA MARTINOT, ANN LIZ

TEKST: GEORGETTE KONING

'HET AANBOD OP ETHICAL FAIRS IS NOG ALTJD ERG GEITENWOLLENSOKKERIG'

'Groene' initiatieven zijn nog steeds een zeldzaamheid. Maar het tij keert. Er komen steeds meer mensen die het nut inzien van duurzaamheid.

De winkel AnnLiz is open sinds maart 2011. Eigenaresse Mera Martinot verkoopt *ethical*, *ecochique* vrouwenmode in het middenhoogsegment met merken als Christina Krämer, Ivana Basilotta en Vanessa Montiel. "Onbekende merken, die in het buitenland succesvol zijn, maar in Nederland nog ontdekt moeten worden," zegt Martinot. De ondernemster was eerst juriste, rechten benadrukt ze, studeerde ze vanuit een sterk rechtvaardigheidsgevoel. Tijdens een *sabbatical* in 2009 op Bali en Costa Rica ging ze brainstormen over haar toekomst. Uit liefde voor mooie dingen, een antipathie tegen het consumptisme en omdat overal dezelfde merken opduiken kwam ze op het idee van een webwinkel met mooie duurzame spullen. Op beurzen in Amerika, New York, Miami, Londen en Duitsland waar volgens Martinot het aanbod van ethische mode groot is en mensen bewuster om gaan met duurzaamheid dan in Nederland, ontdekte de ondernemster verantwoorde designermode.

Wat het begrip duurzaamheid voor haar inhoud? "Het is een breed begrip. Duurzaam is iets al vrij snel, als de kwaliteit goed is en modellen tijdloos zijn, een duur Chaneljasje blijft altijd in de mode. Ik zoek merken die niet massaal produceren, hun werknemers niet uitbuiten en lokaal produceren. Een mooi voorbeeld hiervan de kleding van het Nederlandse label Studio Jux waarvan ik zeker weet dat het op een verantwoorde wijze is gemaakt in een eigen fabriek in Nepal."

VINTAGE IS OOK HERGEBRUIK

Martinot vind het onbegrijpelijk dat duurzame mode in Nederland nog steeds een vreemde eend in de bijt blijft. "We zijn goed geïnformeerd, lezen de krant, gratis of niet, surfen

ons suf, zien dagelijks het journaal enzovoort, maar ondanks alle informatie die voorbij komt over duurzame mode winkelt iedereen massaal bij de goedkope ketens. Mensen hebben geen idee over duurzaamheid en het interesseert de meesten ook werkelijk niet. Dat heeft ook met geld te maken. Maar als ik een vest koop van tweehonderd euro weet ik dat ik daar jarenlang plezier van heb, niet van een vest van Zara voor een paar tientjes, dat gaat lubberen en pluizen. Zelf koop ik daarom ook *vintage*, dat is ook hergebruik."

Mera Martinot hoopt dat er eens een mentaliteitsomslag plaats gaat vinden, en dat mensen gaan sparen voor duurzame kleding, maar ze beseft dat dit in deze financiële onzekere tijd best moeilijk is. Net zoals het beginnen van een winkel in deze tijd, en je dan ook nog eens richten op duurzame mode. "Klopt", zegt Martinot. "Het is niet de makkelijkste weg. Ik geloof sowieso niet dat de makkelijkste weg de best is. Ik geloof dat als je ergens achter staat, en je passie weet over te brengen, dat het uiteindelijk wel aanslaat. Alleen je moet een lange adem hebben. Dit is niet snel geld verdienen. Ik geef mijn winkel een jaar de tijd."

AnnLiz aan de Amsterdamse Blauwburgwal, komt voort uit de gelijknamige webshop, opgezet in mei 2010. "De goedkope items liepen meteen goed, de duurdere ontwerpen niet. Nadeel van een webwinkel is dat mensen terughoudend zijn met bestellen als ze een merk niet kennen, vandaar het idee voor een stenen winkel, om die merken die goede kwaliteit leveren, op een eerlijke manier produceren, op deze wijze onder de aandacht te brengen."

Een winkel in Amsterdam brengt hoge lasten met zich mee, vandaar dat Martinot zich vestigde aan de Blauwburgwal, een onbekend grachtje in het verlengde van de

Herenstraat, van de Negenstraatjes. "We zitten niet op een heel drukke locatie, maar wel op een hele mooie plek aan de gracht. Het is best lastig hier heb ik gemerkt. Wij moeten het hebben van vaste klanten en buitenlanders, ex-pats en toeristen."

SLOW SHOPPEN

De vaste klant kan rekenen op een warm welkom en een kopje koffie. "AnnLiz is als een boetiek, je komt er om gezellig te winkelen, niet om snel een aankoop doen." Noem het *slow shoppen*. Martinot weet: ongeveer de helft van haar klanten wil informatie over de duurzame merken. "Die vrouwen zoeken echt iets bijzonders, en zijn oprecht geïnteresseerd in het verhaal achter een merk en biologische materialen, de andere helft komt op de mooie kleding af."

Naast vrouwenmode verkoopt Martinot ook kinderkleding van onder andere het Nederlandse Imps by Imps. Kinder- en vrouwenmode, is dat niet een tamelijke ongebruikelijke combinatie? "Ik richt me op de dertigplus-vrouw, en die heeft vaak kinderen, en het als het om kinderen gaat, willen mensen geen schadelijk stoffen in kleding. De truitjes van Imps by Imps zijn met de hand gebreid en dat waarderen mensen, ze zien de kwaliteit er van af."

Een jeans van biologisch katoen is bij AnnLiz nog niet te koop. Sommige merken waar Martinot haar oog op had laten vallen, worden al verkocht worden bij de concurrent Nukuhiva. Martinot is druk bezig met het zoeken naar jeans, ze weet wat ze wil, een zwarte slimfit en die komt

er, waarschijnlijk uit Amerika, waar het volgens de ondernemster wemelt van de verantwoorde jeansmerken. "Het is met duurzame merken niet zo dat je die massaal vind op de bekende beurzen als de Modefabriek, je moet daarom veel voorwerk doen, je internationaal oriënteren." Zegt Martinot. Om op de hoogte te blijven, is ze lid van nieuwsbrieven en leest sites als *Ethical Fashion Forum* en *Sublime Magazine*, een mooi Brits groen tijdschrift.

Kleine exclusieve ecologische labels ontdekt ze bijvoorbeeld op de Parijse beurs Tranoï. Dol op de vele ethische initiatieven die als paddestoelen uit de grond schieten is Martinot niet. "Ik vind het gehalte op *ethical* vakbeurzen erg geitenwollensokkerig en merken vaak nogal hobbyistisch overkomen." Onlangs was ze in Berlijn op zo'n beurs, best oké, maar de meeste merken vond ze gewoon geen fashion. Hetzelfdeervaarde ze op de Paris Ethical Fashion Show. "Merken die ik verkoop zoals het Zwitserse Christina Krämer staan niet op specifieke beurzen, maar richten zich op 'normale' winkels en kiezen voor 'normale' beurzen." Positief is Martinot over MINT Fair, een ruimte op de Modefabriek om duurzame mode te promoten, een idee van Willa Stoutenbeek (Spice PR), Marieke Eyskoot (Talking Dress) en Mette te Velde (Strawberry Earth). "Dat is een goede ontwikkeling, gewoon een hele grote stand op een bekende beurs. Het is ook goed voor de groene merken, die blijven anders te lang klein er redden het uiteindelijk niet."

