

Hoge hakken zijn voor mij het perfecte voetstuk voor een

VROUW



Met United Nude kreeg ontwerper/ondernemer Rem D. Koolhaas voor elkaar wat nog geen andere zelfproducerende Nederlandse schoenontwerper was gelukt: hij zette een succesvol toonaangevend internationaal schoenenmerk op. Zijn ontwerpen verwijzen meer naar architectuur en design dan naar mode en onttrekken zich aan *fads* en trends. Rem D. Koolhaas woont en werkt afwisselend in Amsterdam en de miljoenenstad Guangzhou (Kanton). Een intercontinentaal gesprek.



Voor de kijkers, eh, lezers thuis: waar zit je nu?
“Ook thuis, in Guangzhou. Op de dertigste verdieping in een groot, licht appartement aan de Pearl River met uitzicht over Guangzhou, vlakbij de fabrieken die onze schoenen produceren.”

Je ontwierp de schoen Möbius en kortgeleden ook sportschoentjes voor K-Swiss, maar je vindt jezelf meer een creatief directeur, zoals Marcel Wanders bij Moooi. Ontwerp je nog wel?

“Ja hoor, ondanks het feit dat we nu een designteam hebben met zeven ontwerpers. Ik bedenk nog steeds de meeste concepten, en ik stuur de ontwerpen regelmatig wat bij, bijvoorbeeld in de *uppers*, het bovenwerk. Daar gaat veel tijd in zitten. Materiaalkeus, kleuren en de detaillering laat ik wel vaak aan mijn team over. Een ambachtsman ben ik niet. Ik laat de anderen knutselen en draai zelf aan de knoppen.”

De Möbius maakte je ooit uit liefdesverdriet. Vond je met die schoen een nieuwe Assepoester?

“Het was een emotionele reactie om architectuur te verkleinen tot het kleinst mogelijke en meest kwetsbare schaalniveau, dat van een vrouwenvoet. Eerst met het doel m'n verloren liefde terug te winnen. Daarna werd het inderdaad een prinselijke zoektocht naar de perfecte voet. Sindsdien hadden al mijn vriendinnen maat 38 – inclusief mijn vrouw nu. Hoge hakken zijn voor mij het perfecte voetstuk voor een vrouw. Het verandert de gehele pose, alle rondingen, spanning en verhoudingen van het lichaam. Hoge hakken en blote benen, daar kan geen gebouw aan tippen.”



“Hoge hakken en blote damesbenen, daar kan geen gebouw aan tippen.”

Je studeerde bij Carel Weeber aan de TU Delft als architect. Kan de even archetypische als ergonomische vorm van een schoen draagbare architectuur worden?

“Als architect kan ik gemakkelijk uitzoomen tot een groter schaalniveau, iets wat erg handig is voor het compleet maken van de merkidentiteit. En ik ontwerp de winkels zelf.”

De flagshipstore heeft net zo'n dominante trap als de Prada-winkel in New York die je in 2001 met je oom Rem ontwierp.

“Ik werkte maar heel kort mee aan de Prada-winkel, helemaal aan het begin in de conceptfase. Die trap was er toen nog niet, de golvende vloer wel. De United Nude-winkel in Amsterdam was voorheen een meubelzaak. De ruimte vereiste duidelijk een brede ‘OMA Prada-trap’ – maar dan zonder golvende vloer.”

Waarom is de winkel donker met een gestuurd lichtprogramma? Is het een theater of een bonbonwinkel voor verlangende voeten?

“Het lichtspektakel is vooral bedoeld als een vorm van theater. Het trekt aandacht en zuigt je naar binnen, naar het licht toe, zoals een vlam motten aantrekt. Ik wilde in de winkel net zo'n sfeer creëren als de videoclip van Justin Timberlake en P. Diddy hebben: met vette lichteffecten en -installaties. Omdat je maar kort in een winkel bent, moet het interieur heftig zijn en in je netvlies branden.”

Met de Eamz bewijs je eer aan de ontwerpers Charles en Ray Eames. En iedere autoliefhebber smelt bij het zien van die Lo Res auto. Iddo Zimmermann ontwikkelde twee jaar terug de benodigde techniek voor jullie: low-resolution design. Dat gaat uit van een

tweedimensionaal object, vertaald in dots, puntjes per inch, DPI dus. Verbind je die puntjes dan ontstaan driehoeken in allerlei formaten waaruit je een 3D vorm kan maken. Die vorm laten jullie dan weer in kunststof spuitgieten. Met als resultaat bijvoorbeeld de ‘facetgeslepen’ hooggehakte damesschoen.

“Een ‘echte’ schoenontwerper was denk ik niet zo snel op zulke non-conventionele schoenvormen gekomen. Lo Res wilde ik gewoon eens uitproberen. Het is een hele simpele ontwerpmethode waarbij je niet te veel hoeft na te denken en waarmee je spelenderwijs heel snel heel veel kan. We zijn nu nog steeds met allerlei Lo Res ontwerpen bezig, waaronder inderdaad een van een echte auto.

Maar spuitgegoten schoenen zijn op zich niets nieuws, denk maar aan de waterschoentjes die je als kind al droeg. Het is wel nieuw om de techniek te gebruiken in combinatie met materialen als leer, om er meer luxe producten mee te maken. We kijken altijd naar de mogelijkheden van nieuwe technieken, hoewel we soms ook juist tot iets nieuws geïnspireerd raken door traditionele materialen. Zo komen we volgend voorjaar met hakken van hout.”

UN lijkt zich niks aan te trekken van trendvoorspellingen zoals Lidewij Edelkoort, medebedenkster van jullie firmanaam, die presenteert.

“We komen niet iedere zes maanden met een nieuwe collectie, maar vullen de basisontwerpen aan met details als gespen en zakken, andere materialen of prints. Bij schoenenmerken draait het nu vooral om identiteit. Die van ons is ‘architectuurlijk’, modern, elegant.”

UN werkt ook samen met de modeontwerpster Iris van Herpen. Zij pakt vormen in, rijgt en combineert ongewone materialen met elkaar. Dat doet ze ook in de pronte, eigenlijk plompe bottine voor UN, de X. Arbeidsintensief om te maken en qua uiterlijk ver verwijderd van het ingehouden designige en architecturale karakter van UN. Via Iris positioneren jullie je in de avant-garde, hyperexclusieve mode. Zoals met slechts 240 handgemaakte paren in zwart en ivoor, afgezet met goud voor 1.295 dollar. Andere UN schoenen kosten gemiddeld rond de 150 euro. Wat sprak je aan in het werk van Iris?

“Bij samenwerking moet het voor mij juist gaan om iets wat je zelf normaal niet doet. Iets totaal anders. Toen ik de ontwerpen van Iris voor het eerst zag, dacht ik direct: met haar moeten we werken, want daar komt een verrassing uit. Toch gaat het werk van ons allebei over sculptuur. Bij UN is die vaak minimalistisch. Bij Iris is hij maximaal en ornamentaal.”

Welke rol speelt je zakenpartner Galahad Clark, zevende generatie ontwerper/ondernemer uit het gelijknamige bordeelsluipeerschoenenconcern? Zijn vader Lancelot kocht in 1999 Terra Plana, het Nederlandse designschoenenmerk van ontwerper Charles Bergmans.

“Galahad beschikte over contacten en het benodigde startkapitaal. Hij was eerder vooral bezig met Terra Plana, en met sportieve schoenen. Nu, na acht jaar, hebben we onze investeringen uit het begin terugverdiend.”

Spanje en Portugal, de voormalige lage lonenlanden in de schoenindustrie, zijn nu opgevolgd door China, waar ook nog eens

miljarden kooplustige voeten rondlopen. UN produceert in China. Hoe weet je dat die onder faire arbeidsomstandigheden worden gemaakt – en niet worden nagemaakt? UN zou niet het eerste Nederlandse schoenenmerk zijn dat wordt genekt door goedkope imitaties.

“Door patenten. We zijn begonnen bij een Italiaanse schoenmaker, maar in Taiwan maakten ze onze ontwerpen veel mooier. Produceer je in Italië dan kost het bovendien twee keer zoveel. Nadeel is dat een warenhuis als Barney's in New York geen UN verkoopt omdat ze geen Made in China willen. We werken in principe alleen met Taiwanese fabrieken die op hoog niveau produceren. De zogeheten sweatshops in mainland China maken vooral erg goedkope lo-tech producten. Een mooi gemaakte, hoogwaardige schoen zoals wij die bij UN ontwerpen kan bijna onmogelijk uit zo'n soort fabriek komen.”

Hereschoenen?

“Die komen begin volgend jaar! Eindelijk. Niet zo spannend als damesschoenen, maar ja, bij mannen hoeft dat ook niet.” ♦

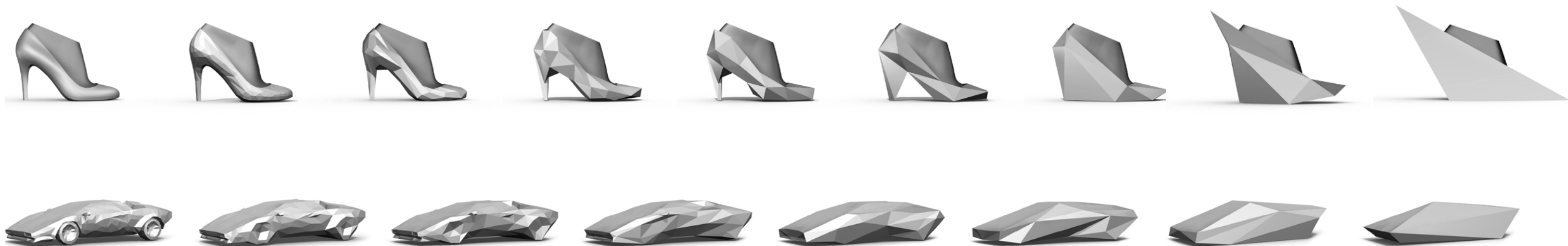
unitednude.com

Chris Reinewald was van 1997 tot 2000 hoofdredacteur van *Items*, en is sindsdien als vaste medewerker aan het blad verbonden. Sinds 2000 is hij werkzaam als hoofdredacteur van *Museumvisie*.



“Een ambachtsman ben ik niet. Ik laat de anderen knutselen en draai zelf aan de knoppen.”





“Lo Res wilde ik gewoon eens uitproberen. Het is een hele simpele ontwerpmethode waarbij je niet te veel hoeft na te denken en waarmee je spelenderwijs heel snel heel veel kan.”



Rem D. Koolhaas (1970)
Studeerde architectuur aan de TU Delft, daarna kort als architect werkzaam, onder meer bij zijn oom Rem Koolhaas.
2001: Ontwerp Möbius, een ingenieuze constructie van

een reep leer of kunststof, gevouwen tot een elegante damesschoen met een open hak. De naam verwijst naar de Möbius ring (of band), die ontstaat wanneer je een rechte strip half verdraait voor je de uiteinden aan elkaar bevestigt. Resultaat is een ring die bestaat uit één vlak dat van binnen naar buiten en weer naar binnen terugdraait. Ook in een schoenvorm waarbij zool, hiel, voetbed en bovenkant uit één stuk komen blijkt dit mogelijk: in vele variaties zelfs.
Koolhaas biedt het ontwerp vergeefs aan bij Prada, Versace, Sergio Rossi en

Charles Jourdan. Vervolgens zoekt hij zelf productiemogelijkheden. Omdat het maken van een mal in Europa ruim vier ton kost wijk hij uit naar China, waar een mallenmaker voor de auto-industrie de klus voor 150.000 dollar klaart.
2003: Start – met Galahad Clark – het merk United Nude. De naam is een verwijzing naar de 'verenigde naties' die samen aan het merk werken, met in plaats van *nations* het woord *nude*, in de zin van transparant.
Verkoopt in het eerste jaar 9000 paar van de Möbius, het jaar erop 27.000, daarna oplopend tot 50.000 en meer.

Eerste exclusieve verkooppunten: Fred Segal, Los Angeles; Jeffrey's, New York; Shoebaloo in Nederland.
2008: Veertig verkooppunten wereldwijd en eigen winkels in Wenen, Sjanghai, Tianjin, Guangzhou en Amsterdam.
2010: Opening UN-flagshipstore in New York.
5PRCITY: fotoproject met vijf fotografen in vijf Chinese steden.
Presentatie X enkellaars van modeontwerpster Iris van Herpen tijdens de London Fashion Week.
Nominatie bij de Dutch Designprijzen, Eindhoven.

