

BLAV

MODE EN MENSEN EN MUZIEK EN MEDIA EN KUNST

Fashion Volume

Nederland / België 4,95
Issue 29 / januari 2008

Kuyichi

Eigenwijs, rebels en pionier op het gebied van verantwoorde kleding. De jeans van Kuyichi hangen niet in stoffige wereldwinkels, maar in populaire shops.

Tekst: Dennis Mijnheer
Fotografie: Marc Deurloo

Drie weken na zijn aanstelling als algemeen directeur bij jeansmerk Kuyichi stond Tony Tonnaer (36) op de biologische katoenvelden in Peru. Meer drie weken later stond hij in Berlijn op de modebeurs Bread & Butter. Voilà, in twee zinnen de essentie van Kuyichi. Een hedendaags modemerkt met fair trade en organische jeans. Vijf jaar geleden werd Tonnaer gevraagd om Kuyichi - dat toen al twee jaar bestaat - verder uit te bouwen en een internationale push te geven. De aan Amsterdam Fashion Institute afgestudeerde Tonnaer had al de nodige ervaring in de kledingindustrie. 'Ik heb vijf jaar bij Pepe Jeans gewerkt en heb daarna in Amerika een jaar samengewerkt met jeansdesigner Ubi en Ubi Jeans organisatorisch en verkooptechnisch te ondersteunen.' En toen werd hij gevraagd voor Kuyichi. 'Het was een hoogtepunt dat ik daar kon werken. Na drie weken ben ik meteen naar Peru gevlogen om de biologische katoenvelden van Ora Bianco in de Canete-vallei te bezoeken. Kuyichi is daar een van de grootste afnemers van biologisch katoen. Ik wilde een bezoek brengen aan de boeren die we daar steunen en ik wilde langs bij de fabrieken waar we de arbeidsomstandigheden verbeteren. Fair trade is naar mijn mening de nieuwe manier van duurzame ontwikkelingshulp. In plaats van bijvoorbeeld een - vaak naar tijdelijk werkende - waterpomp, zorg je met fair trade voor een duurzame inkomenstentoon waarmee een duurzame economie kan ontstaan.' Na het bezoek aan de katoenvelden volgde al snel een presentatie op de internationale modebeurs Bread & Butter. 'Het was onze ambitie om Kuyichi als internationaal jeansmerk naar te zetten en niet als Nederlands merk.' Met een vleugje romantiek kijkt hij terug op Kuyichi's première op de modebeurs. 'We hadden bijna geen geld en ik heb toen vijf dagen lang met twee vrienden een beursstand lopen timmeren.' Dat was de opstartfase, nu vier jaar later heeft het in Haarlem gevestigde jeansmerk dertig personeelsleden in dienst en verkopen ze in tien verschillende landen hun jeans en jeans-gerelateerde items. En dan niet in stoffige wereldwinkels, maar in De Bijenkorf, Men at Work en andere jeansshops.

wij als voorvechters het initiatief hebben genomen om te laten zien dat fair trade en organische kleding ook zoal en rof kan zijn. Normaal gesproken loopt de kledingindustrie voorop, maar op dit gebied liepen ze naar mijn idee heel erg achter. Wat je nu pas ziet is dat de kledingindustrie met een inhaalslag bezig is en dat veel grote kledingmerken een aantal organische items in hun collectie opnemen. Sommige merken doen dit meer vanuit een marketingperspectief, andere willen er ook echt serieus iets mee doen zoals Edun, Loonstate en Nudie.' Bij Kuyichi is het idealisme. 'We proberen een voorbeeld te zijn zonder met de vinger naar anderen te wijzen.'

Zelfs in dit post-Al Gore-tijdperk maakt het consumenten vaak weinig uit of een spijkerbroek wel of niet verantwoord geproduceerd is. Andere zaken spelen een rol. Tonnaer: 'Het belangrijkste is dat het er superrof uitziet. Je kunt wel een organische broek maken, maar als die niet lekker zit of er niet uitziet, dan kun je het vergeten. Onze insteek is: kwaliteit en design op nummer een en dat de jeans organisch zijn, zien we als een soort hidden treasure. Het is een extraatje, want bovenaan de lijst staat dat mensen er lekker willen uitzien. Meiden willen gewoon een goede kont hebben in een spijkerbroek en gasten willen er als een coole dude uitzien. En als je dan ook nog een goede bijdrage levert is dat tegenwoordig még cooler.' Kuyichi ontwikkelt niet alleen denim maar een volledige collectie met T-shirts, sweats, jassen en accessoires. Zowel voor mannen als vrouwen. Tonnaer: 'De combinatie van authentiek, stoer en sexy vinden we heel interessant. We hebben zowel ultramanelijke dingen zoals een dikke handgebroide trui, maar ook een heel vrouwelijk T-shirt met een V-hals waarmee je je halve borst laat zien. Die tweespalt vinden we heel leuk.' En in heel 2008. Vorig jaar juni bestonden ze vijf jaar en gaven ze een feestje in Kuyichi-stijl. 'We vierden het in de Goudfisant en gaven een preview van onze zomercollectie 2008. De modeshow was heel low-key en op het feest waren er optredens van The Glimmers, Disco Twins en Goose - hele jonge jonggetjes die voor het optreden een bak chips aarden laag te

