



WORLD FASHION CENTRE 50 JAAR
WORLD FASHION CENTRE 50 JAAR
WORLD FASHION CENTRE 50 JAAR



"WE NEED MORE BRAVE COMPANIES"

Leslie **p 66**



ANNELOES

"RUIM ACHT JAAR WERKTE IK VOOR BANDOLERA ALS SALES-MANAGER. IK MERKTE DAT MIJN KLANTEN BUDGET WILDEN OVER-
HOUDEN, OM OP KORTERE TERMIJN BEHOEFTE TE KUNNEN
INSPRINGEN. ZE WILDEN AF VAN DE INKOOPBUDGETTEN DIE
NEERGELEGD WERDEN DOOR DE GROTE, GEVESTIGDE MERKEN.

Op mijn beurt kon ik me niet meer zo goed vinden in de collectie, omdat styling zo ver af stond van de wensen van de consument. Ik voelde heel erg goed waar in de markt wél vraag naar was. Dit speelde elf jaar geleden. Het was eigenlijk helemaal niet zo'n gunstige tijd om voor jezelf te gaan beginnen, ik had ook hele jonge kinderen. Mijn man, Jan-Willem, was stoffenagent en die stelde voor om mee te gaan op een businessstrip naar Istanbul. Daar ontdekte ik bij diverse fabrikanten allerlei items en modellen waar ik direct klanten bij zag. Ik voelde handel en ben het één en ander gaan inkopen, vanuit het idee om dat een paar maanden te proberen. Mijn klanten waren enthousiast en hoe meer mensen ik sprak, hoe meer ik me realiseerde dat ik dit echt moest gaan doen."

EN TOEN GING HET LOS

"Als je startende ondernemer bent in de mode en je wilt dat men jou vindt, dan moet je in het WFC zitten. Ik kon tijdelijk een showroom huren, die ik low-budget inrichtte. Vanaf de eerste dag ben ik al heel leuk gaan verkopen. Vanaf het begin had ik aanloop en draaide ik boven verwachting. Ik wilde inzetten op een betere pasvorm en kwaliteit en besloot om zelf te gaan produceren en kleine collectie-programmaatjes te maken. En toen ging het los. Ik verkocht met name jurkjes, in allerlei printjes. Mijn tijdelijke huurcontract liep af, ik moest uit de showroom. Ik kwam terecht in de vierde toren tussen de kindermerken en dat klopte niet. Ik moest een betere plek hebben, maar om daarvoor in aanmerking te komen als beginnend merk en 'klein meisje' was niet makkelijk. Uiteindelijk ben ik toch

Studio Anneloes B.V.

studioanneloes.nl

modesnoepjes.nl

Anneloes van der Heijden, 1970

Directeur

Huurder WFC

Toren 1

Etage 01

Showroom 09/10



40 | *СОВРЕМЕННАЯ*





HANS EN ROBBERT-JAN

HANS: "ONZE FAMILIE HEEFT EEN LANGE GESCHIEDENIS IN DE CONFECTIE. EEN OOM VAN MIJN VADER IS IN 1903 BEGONNEN MET HET VERKOPEN VAN KNOPEN, GAREN EN FOURNITUREN. MIJN VADER, EDUARD BOSCH, VOEGDE ZICH DAAR IN 1931 BIJ EN STARTTE VERVOLGENS ZIJN EIGEN ZAAK IN 1951. VRIJ LANG HEEFT HIJ MET HET BEDRIJF OP DE SINGEL GEZETEN. IN DIE TIJD ZATEN VEEL CONFECTIONAIRS BIJ ELKAAR AAN DE GRACHTEN.

Het werd een stukje status voor de confectieverkoop om daar omheen gevestigd te zijn. Zelfs confectionairs die met hun bedrijf richting Sloterdijk zaten, namen een verkoopunit aan de grachten erbij. Het had ook een praktische reden om bij elkaar te gaan zitten, want het maakte het voor de klanten gemakkelijker om bij iedereen in te kopen. Vanuit dat gedachtegoed zijn ook inkoopcombinaties als 'Samen Sterk', 'Pehoda' en 'Nederland' ontstaan. Toen het World Fashion Centre, destijds nog 'Het Confectiecentrum', in 1968 geopend werd, zat mijn vader in de groep eerste huurders. Het centrum was alleen bedoeld voor de Nederlandse confectie-industrie en pas later mochten ook agenten zich hier vestigen. Wij mochten er als enige agent wél meteen in, omdat wij ook stoffenagentschappen hadden en daarmee eigenlijk hofleverancier van die confectionairs waren. Dit was tevens de beginperiode van mijn tijd in het familiebedrijf, dat ik later samen met mijn broer heb overgenomen."

VAN GENERATIE OP GENERATIE

Robbert-Jan: "Ik had vroeger al wel het idee dat ik het bedrijf van mijn vader en oom wilde overnemen, maar mijn zus Suzan had dezelfde ambitie. Zij heeft Nyenrode en de Hogere Textiel School in Enschede gedaan, allemaal met het doel om de zaak over te

Eduard Bosch B.V.

eduard-bosch.nl

Hans Bosch, 1946

Gepensioneerd

Robbert-Jan Bosch, 1977

Eigenaar

Huurder WFC

Toren 4

Étage 07

Showroom 04

te gaan. Het moest wel een studie worden waarin ik zowel mijn hersenen als mijn handen kon gebruiken. Ik werd voor de studie Tandheelkunde uitgeloot. Via een decaan had ik van de opleiding Schilderijenrestauratie gehoord. Dat was in die tijd nog een privéopleiding en zeer exclusief. Er werden één keer in de drie jaar maar zes mensen voor toegelaten. Omdat het een postacademische opleiding is, ben ik toen Kunstgeschiedenis gaan studeren en ik werd daarna inderdaad uitgekozen voor die opleiding. Ik kreeg door de schilderijen waar we aan werkten veel inspiratie om zelf ook te gaan tekenen en schilderen maar ik kwam daar niet aan toe door de vele studie-uren. De directrice van deze opleiding begreep mijn frustratie en zij bood aan om mij te specialiseren in oude technieken en materialen. Ik kon me toen ook richten op reconstructies zoals ik die ook in ons tv-programma laat zien. Zo kwam het dat ik uiteindelijk als gastdocent les gaf aan de UvA, reconstructie opdrachten voor musea uitvoerde en daarnaast veel kon schilderen. Achteraf denk ik dat het de perfecte weg was naar waar ik nu sta.”

Nu sta je letterlijk in jouw atelier en kijken we naar een werk waar je mee bezig bent. Vertel daar eens over?

“De basis van dit werk is het papier, dat over is gebleven van de Rubens aflevering. Het is gemaakt van oude lommen. Je ziet er roestvlekjes op en het heeft een vouw op de plek waar het waarschijnlijk ooit in een binding heeft gezeten. Ik krijg zoveel inspiratie als ik met dit soort materialen mag werken! Ik was al begonnen met het verzamelen van zeventiende-eeuws papier, want ik liep met het idee om daar iets mee te gaan doen. Ik heb gekozen om een plantenskelet, met wortels en aardkluit er nog aan, op het papier te schilderen. Het was een eerste verwijzing in landschap naar de herfst en toont net zoals het papier de schoonheid van vergankelijkheid.”

HET GEHEIM VAN DE MEESTER

Hoe ben jij in contact gekomen met de producenten van dit tv-programma?

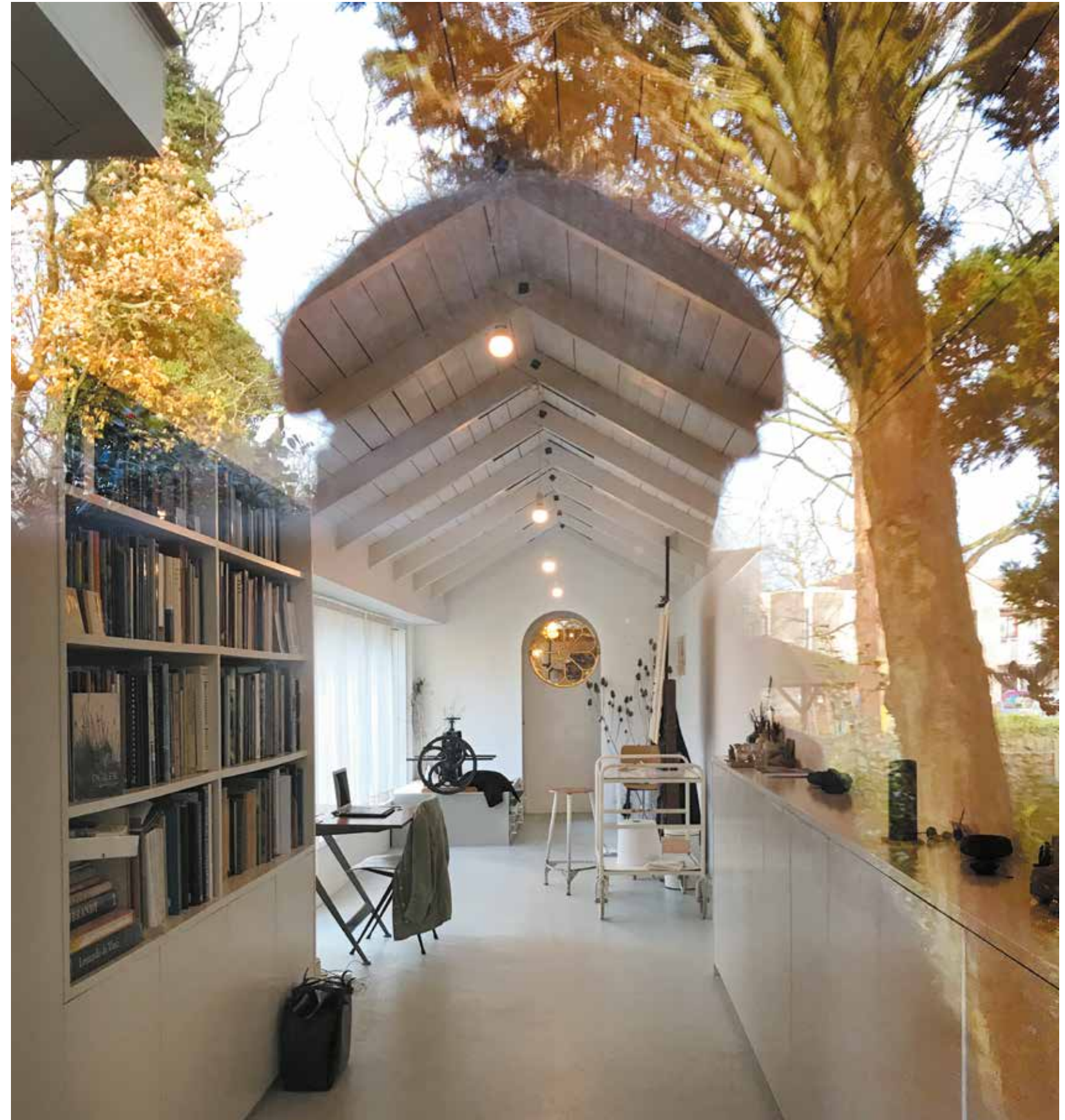
“Zij zochten iemand die reconstructies kon maken en per ongeluk heb ik daar als enige Nederlandse een opleiding in gehad. Michel van de Laar, die ook in het expert team van dit programma zit, kende mij en hij heeft toen de link gelegd. Het leek mij een te omvangrijke klus met veel stress dus ik dacht, ik ga erheen voor een kennismaking, maar ik zeg ‘nee’. Ik werd echter nieuwsgierig en enthousiast. Daarbij zag ik dat het een waardevol avontuur zou zijn en zo werd het toch een ‘ja’. Het meewerken aan dit programma is een leerzaam en mooi proces. Iedereen toont een enorme drive en we geven allemaal elke aflevering net weer wat meer. Dat zie je tot en met de kwaliteit van het filmwerk en de montage terug.”

Wat heeft dit project jou dan geleerd?

“Ik ben van aard vrij rustig, maar ik wil niet die teruggetrokken en stille kunstenares zijn. Ik heb dus geleerd om mijzelf wat meer te laten zien en te presenteren. En hoe het is om voor een camera te staan of onderhandelingen te voeren. Uiteindelijk heeft het me gewoon veel levenswijsheid gebracht.”

MODE

“Ik ben nooit zo bezig om mode te volgen maar ik houd wél van mooie dingen, dus ook van mooie kleren en schoenen. Ik kies met name voor kwalitatieve en natuurlijke materialen, zoals wol, zijde en leer. Kleuren zijn voor mij ook belangrijk en ik ben heel kieskeurig daarin. Over van alles heb ik vaak en veel ideeën en ze zijn best goed, want ze worden regelmatig gepikt door anderen! Zo heb ik ook ideeën over materialen, vormen en mode. Ik zag bijvoorbeeld een natuurfilm waarin twee paradijsvogels in beeld werden gebracht en dan voel ik meteen dat het relevante inspiratie is en dat je daar een hele modecollectie aan op kunt hangen. Ik laat dat soort ideeën vaak voor wat ze zijn, omdat ik niet goed weet hoe ik het aan zou moeten pakken om ze verder te brengen en omdat ik ook niet alles kan. Ik wil me nu vooral richten op mijn schilderijen.”





"JE KUNT NIET KIEZEN ALS JE GEEN KENNIS HEBT"

Jos p 32



LOÏS, AMBER, DANNY EN OLGA

OLGA: "DANNY EN IK KREGEN, NOG VOOR WE ONZE MIDDEL-
BARE SCHOOL HADDEN AFGEROND, VERKERING. WE WAREN OP
JONGE LEEFTIJD AL MET MODE BEZIG. IK ZAT ELKE DAG ACHTER DE
NAAIMACHINE OM KLEDING UIT DE MODEBLADEN NA TE MAKEN.
DANNY'S OUDERS WAREN ARTIESTEN EN MAAKTEN ZELF DE OUTFITS
VOOR HUN OPTREDENS.

We hebben beiden een avondopleiding mode gedaan, waardoor we zelf patronen konden maken en naaien. Zodoende zijn we ons eigen atelier gestart. In 1990 zijn we ook gaan ontwerpen en betrokken toen met ons label Styx een showroom hier in het WFC. Eigenlijk lijkt ons verhaal op dat van onze dochters. We waren jong, onze kleding was eigenzinnig en we waren een heel populair merk bij de stylistes en in de modebladen. Rond 1995 verlieten we het WFC, omdat de meiden toen geboren werden en het produceren voor een internationaal merk in de medische sector al onze tijd in beslag nam. Sinds zeven jaar zijn we weer terug. Vanuit een showroom, vrijwel naast Amber en Loïs, breng ik het label Crème de la Crème. Dat is damesmode tot en met maat 46, voor het midden tot hoge segment."

Danny: "Met mijn herenmodelabel, Susudio, ontwerp ik urban luxury collecties. Het is ontstaan vanuit mijn drive om na die intensieve productietijd weer zelf iets te creëren."

NIET STUDEREN, MAAR WERKEN

Loïs: "Het feit dat onze ouders ondernemers zijn in de mode heeft ons zeker gemotiveerd om ons eigen merk LA Sisters op te gaan zetten. We waren veertien en zestien toen we startten met het verkopen van zelfgemaakte sweaters en T-shirts aan familie en vrienden. In mijn laatste jaar VWO moest ik nadenken over een vervolgstudie, maar net als Amber wilde ik niet studeren, maar verder werken aan LA Sisters. Amber was inmiddels al twee

Familie Wattimena

Amber, 1995 en Danny, 1963

Olga, 1966 en Loïs, 1997

Huurders WFC

LA Sisters | lasisters.com

1.01.23

Susudio | susudio.com

2.00.10

Crème de la Crème

cremedelacreme.online

1.01.27



MODE, VOETBAL EN CHILI

Je hebt jouw kantoor persoonlijk gemaakt. Je vader is om jou heen, je ziet de Chileense vlag en jouw liefde voor Ajax.
 "Klopt, de mooiste ruimte van het WFC vind ik dit kantoor. Doordat er geen plek voor mij was in de nieuwe showroom, heb ik deze ruimte wat verderop erbij gehuurd. We houden hier wat voorraad en daarbij is het mijn domein. Mijn vader was in zijn werkzame leven kledingfabrikant en hij was daarna zakelijk een grote steun en gesprekspartner voor mij. Honderd-drie is hij geworden. Het leukste vond ik als hij in de showroom kwam en vroeg of ik nog wat verkocht had. In Chili ben ik opgegroeid, daar liggen mijn roots. De globes in mijn kantoor laten zien dat ik van de wereld houd en ik er mijn weg in weet te vinden."

TEAMWORK

Hoe zou jij jouw talent omschrijven?

"Dan denk ik vooral aan mijn brede netwerk en mijn contactuele eigenschappen. Ik ben ook visueel ingesteld waardoor ik dingen kan overbrengen. Je hebt visie en visie moet je uitstralen. Visie krijg je ook door te kijken. Ik heb twee linkerhanden, maar ik kan wel goed tekenen. Door mijn talentkennis ben ik ook heel ver gekomen. Verder kan ik heel goed delegeren en loslaten. Ik wil niet overkomen alsof ik alles zo goed weet. Ik loop elke dag nog stage, ook in mijn eigen zaak. Daarnaast ben ik een voetbalman en wil ik in mijn bedrijf samenwerken met mijn team. Er is geen coach die beter is dan een speler. Samen heb je succes."

VERLEDEN, HEDEN, TOEKOMST

"Het verleden koester ik, maar ik leef wel in het heden. Ik weet nog dagelijks wat er precies gebeurt en ik ben goed op de hoogte. Ik fiets of loop door verschillende winkelstraten en warenhuizen. Shops bezoeken is een onderdeel van mijn vak! Ook toen er nog geen internet was lette ik al op. Er is bij gekomen dat we ook via online kanalen en via WhatsApp communiceren en op de hoogte blijven. Dus is het WFC, naast de social media, een aanvulling op de showrooms. Ik werk zelf nog steeds voor de afleiding en om een prettig leven hebben. Het mooie van de mode motiveert mij. Wat betreft de toekomst ben ik een optimist. Vandaag geen verkopen, dan morgen. Anders kun je het niet vijfenveertig jaar volhouden."



“IN HET WFC
HEB JE JUIST
DIE TOEVALLIGE
ONTMOETING”

John p 52



I am sure it is all meant with the best intentions." *Do you have a bestseller sandwich?* "For sure it's 'the Armani', a great sandwich with chicken, rucola, truffle and tomatoes." **No use for internet** "I love cooking and that's why I do this job. I like to visit the wholesaler myself to see what I like. I never order anything online. In order to work with a product, I need to taste, feel and smell it first." *Is there any comparison between food and fashion?* "People should not buy online exclusively. Go to the stores and go see WFC. It gives you the opportunity to feel and try on all kinds of clothing. Above all, wouldn't it be nice to meet new people and exchange different ideas?" **Motto** "Enjoy this beautiful life. It's the name of my store. Nowadays people tend to come in totally occupied, barely taking the time to say good morning. Just be kind to one another, things will be just fine."

p 154

SVEN HISSINK, 1972 | AGENT

Bogner | bogner.com | Tenant WFC | 1.11.08

"I was raised in the Achterhoek (a region in the most eastern part of the province of Gelderland) and growing up as a child I was a talented tennis player. My entire youth I was competing at the more advanced tennis tournaments and so after I graduated from the sports program CIOS, I was training to become a tennis pro. Just as I reached the professional level, I got injured. My hip started bothering me, and even after intense physical therapy and treatments, the pain insisted. It turned out I was dealing with a serious problem to my vertebrae. I was 24 years old, at the brink of becoming a professional tennis player and just like that, my dream of achieving a tennis career, shattered. I spend about two and a half years dealing with this issue, the operation and the intense rehabilitation." *So how did you end up in fashion?* "I kept in close contact with my sponsor and he asked me to do tennis racket sales. I accepted his offer and started selling, all the while maintaining my focus on networking and creating experiences. I developed good relations with our dealers and I even organised tennis clinics at the stores to expose the consumers to the product. At some point I rolled into our clothing segment, our company carried a few luxury brands as well. Through different contacts, I was brought in touch with Bogner management. I explained to them I wanted to represent Bogner in the Netherlands. When they agreed, I started my own company in 2007. I started off at a showroom in Badhoevedorp. As I attended a gala at WFC, contact was made to consider being a tenant at this building." **WFC is like Fort Knox** "Bogner's collection consists of extremely valuable items and carries expensive coats at a high segment. In case these sample collections were to get stolen, it would mean the end for Bogner. I compare the level of security at WFC to Fort Knox: it is the absolute best. It is the primary reason why I picked WFC to be the perfect location. Furthermore, the access to reach the building is excellent and WFC enjoys name recognition: everybody knows it. I love this location, the Bogner showroom is located on the eleventh floor and it is beautiful. Finally, I have a lot of respect for our current director, Marianne van der Linden-Peetsold, whom I enjoy working with. I like to take on the role of an ambassador for WFC, bringing them potential tenants. My biggest wish is to see a fantastic restaurant open its doors at WFC." **The legend that is Willy Bogner** "Bogner carries a line of luxury ski apparel. Quality is high, the fit is unique and the service we provide is excellent. On top of that, the label shows a lot of guts: Bogner Sport features a totally different, innovative collection every season. Willy Bogner is a living legend, recognised as a famed slalom skier back in the sixties and he moved on to become a film maker and producer. He skied legendary and spectacular scenes and even shot footage used in James Bond productions. If you watch closely you might detect the letter 'B' hanging off the zippers of the snowsuits used in those movies. Today 'Herr Bogner' has reached the age of 75 and even though there is a lot of interest from third parties to take over his brand, he maintains a 100 percent, the rightful owner of the Bogner company." **Let the child play** "My talent is to network and to make connections. I really don't give the future too much thought and I don't think about why I do the things that I do. In business, things just happen but that's part of being an entrepreneur. I enjoy myself and I am thankful to be in good health. My motto is 'Let the child play' and I think it accurately describes my life's story as well as my career."

p 158

RUBEN WORMS, 1963

MONIQUE WORMS, 1964 | OWNERS

Ruben Worms B.V. | rubenworms.nl | Organiser and initiator of 'Just Kidz' tradeshow | Tenant WFC | 4.01.11

"Monique and I met at the Nieuwendijk in Amsterdam where we both worked at the same store. From the time we had our kids, Monique decided to be a stay at home mom and I found myself at a crossroads to either start my own store or to become a sales agent. Since I had worked at a store for years I decided life on the road would be more appealing and so I started working for a Danish company called Muller & Co. They carried a leading, casual men's fashion label at competitive prices. It was well received. After a while the company moved to a showroom inside WFC and I began to focus on all their kids fashion labels. I was responsible for all the retail sales of the baby-, kids- and teens fashion in Holland. I was asked to become an agent for a new teen label in 2002. Monique and I were anxious about starting our own company but we took the plunge and Monique gradually joined in. We started renting our showroom in the fourth tower and the first few years were golden. Rapid growth moved us to a larger showroom, 220 square meters, located on the third floor. This being the so called 'kids floor'. We hired staff but now we are back to basic. Shrinking our business meant a smaller showroom so we moved yet again to the ground floor in November 2016. WFC has always been very accommodating to our needs for up and downsizing." **Specialist in kids clothing** "You will find all our labels on our website. We specialize in children's fashion, from baby to teen and we have had our company for eighteen years. One of our labels, Mim-pi has been part of our line up for sixteen years. Years ago the designer visited our showroom and told us she wanted to design her own kids clothing line. She was quick to ask us if we could take care of the retail. We were keen to do it, since we were ready to expand from teen clothing to kids clothing and we haven't looked back since. The kids floor in the fourth tower at WFC has been a real asset for a long time. Changes in the market made this kids floor less appealing and a lot of colleagues left. We considered moving as well but the ground floor in the fourth tower suits us well and we are surrounded by nice kids clothing-colleagues." **Working apart together** "We own two stores aside from running our agency. Our kids take care of the stores. Our youngest son runs the 'Micha's kids fashion store' in Diemen for five years now. Our eldest, giving up his dream to become a pro soccer player, runs the men's fashion store 'D-Men' for almost two years. We have been working with our daughter in law Monique for five years, she is extremely involved. In the end we are very busy people keeping everything afloat. We intertwine and help one another within the family and that's very rewarding. Monique and I each have our own specialties. Monique is very involved with the stores and I like to focus on media and trade shows. We both do our part in selling the collections, never working on the same label together. We can work together every day but we still need to fill each other in at night. Our motivation comes from the dynamics of the trade and the passion we feel to make a brand grow. This must be the reason why we are in the business for this long. Our knowledge of retail is much appreciated by our buyers who come and visit us at the showroom. We can see eye to eye with our clients and our involvement is very important." *What will the future hold for this branch and WFC?* "Lately we have been feeling the pressure in this line of work and the kids clothing line in particular. The drive to go out and shop has faded with the younger generation. We wonder what will happen in the future to the stores out there. Our generation will be able to hold out but soon online shopping will become a real threat to the shopkeepers. Surely this will have its effect on WFC and its tenants. Just as we had to downsize, smaller and more compact can be an option. Regardless of the decrease in volume and activity, we do find the cross pollination among competition still very stimulating." **Just Kidz tradeshow** "I organised the Just Kidz tradeshow back in 2007 till 2010 and I recently returned to this event. After the fall out of Market by Kleine Fabriek, the kids fashion branch was forced to turn to foreign tradeshow to buy and collect ideas. Together with WFC I am trying to fill that gap. The tradeshow is located in WFC tradeshow plaza. The setup is basic, meant for agents who want to show their collections. I also take part as an agent, showing four brands, not as a tradeshow organiser."

p 164

MARC VAN GEUNS, 1967 | OWNER

C. van Geuns Agency | cvangeunsvb.nl | Tenant | 1.07.04

"My parents still remember a time where it was common to fill orders twice a year and have no further contact with the clients in between. These days we are, as I call it, a full service agency. We do so much more than just writing the orders. We take care of our clients from start to finish, give them a worry free experience and really make this a joint effort. We show our support by way of organising events, sales training, merchandising and we accommodate in adding stock or taking back any merchandise, no questions asked. We frequently are given the freedom to put together an order as we see fit, working with a client's fixed budget. There are instances where we not only decide on the order but have complete freedom at setting the client's budget. It's a matter of trust and we continue to build and nurture those relationships. We are merely an extension of the client and it's the only way to be successful in this business." **One stop shopping experience** "We carry Atelier Gardeur,

