

# Vijf bijzondere winkels

*Elsevier STIJL* selecteerde een aantal winkels die net even wat anders bieden dan alleen de bekende namen. Scandinavisch stoer, Brits klassiek of Belgische eigenzinnigheid van Maastricht tot Amsterdam. *tekst: LISA GOUDSMIT*



MAYFAIR: KLASSIEKE, ENGELSE BENADERING

Hans Bogman

## Mayfair

Stationsstraat 20  
Maastricht

[www.mayfair-maastricht.nl](http://www.mayfair-maastricht.nl)

Anglofielen opgelet: in Wyck, het trendy stadsdeel van Maastricht, zit sinds februari 2011 Mayfair. Opgericht door het echtpaar Debora en Philippe Maassen, beiden 31 jaar, neemt de winkel een voorbeeld aan Savile Row, de beroemde straat in Londen waar nog echt maatkleden worden gemaakt. Wie deze klassieke Engelse benadering zoekt, is bij Mayfair aan het goede adres: ambacht en

traditie staan hier hoog in het vaandel. Mayfair, naar de gelijknamige Londense wijk, verkoopt alleen Britse merken: alle lijnen van Paul Smith, inclusief de catwalklijn Mainline, en ook bijvoorbeeld Hackett London, John Smedley, Barbour Beacon Heritage, Hancock en John Boulton.

‘Bij het selecteren van onze merken is het voor ons heel belangrijk dat een merk een rijke *heritage* heeft, of juist iets heel nieuws doet. Het moet Engels zijn, of een duidelijke link met Engeland hebben,’ zegt Philippe Maassen.

Mayfair heeft onder de winkel een atelier waar kleden kunnen worden aangepast aan de wensen van klanten. Hier worden op maat gemaakte kledingstukken afgewerkt en het is ook de plek waar Mayfairs eigen *neckwear*-lijn met de hand wordt vervaardigd.

# Margreeth Olsthoorn

Schilderstraat 5  
Rotterdam  
[www.margreetholsthoorn.nl](http://www.margreetholsthoorn.nl)

In juli 2012 is in Rotterdam de nieuwe winkel Margreeth Olsthoorn geopend. Deze 360 vierkante meter grote ruimte is in de plaats gekomen van de aparte mannen- en vrouwenwinkel die Olsthoorn, respectievelijk vanaf 2007 en 2005, runde in de Witte de Withstraat. De nieuwe winkel is duidelijk nog net zo eigenzinnig als de voorgangers.

Olsthoorn (47) verkoopt kleren en accessoires van merken als Maison Martin Margiela, Henrik Vibskov en The Suits, en ook van ontwerpers die zij haar 'eerste liefdes' noemt: 'De merken die ik trouw blijf zoals Ann Demeulemeester, Rick Owens en Comme des Garçons.' Daarnaast hebben de Nederlandse merken Avelon en Francisco van Benthum een eigen ruimte in de winkel, die Olsthoorn liefdevol *dedicated areas* noemt. 'Ik ben heel enthousiast over Avelon. De collectie is cool, clean, eigen, makkelijk en verrassend.'

Olsthoorn bedient trendgevoelige mannen die willen investeren in bijzondere stukken zoals van Ann Demeulemeester, maar ook klanten die voor meer basic ontwerpen gaan, zoals in de collectie van Avelon. Mannen met een bovengemiddelde interesse in mode zullen zich bij Olsthoorn als een kind in een snoepwinkel voelen.



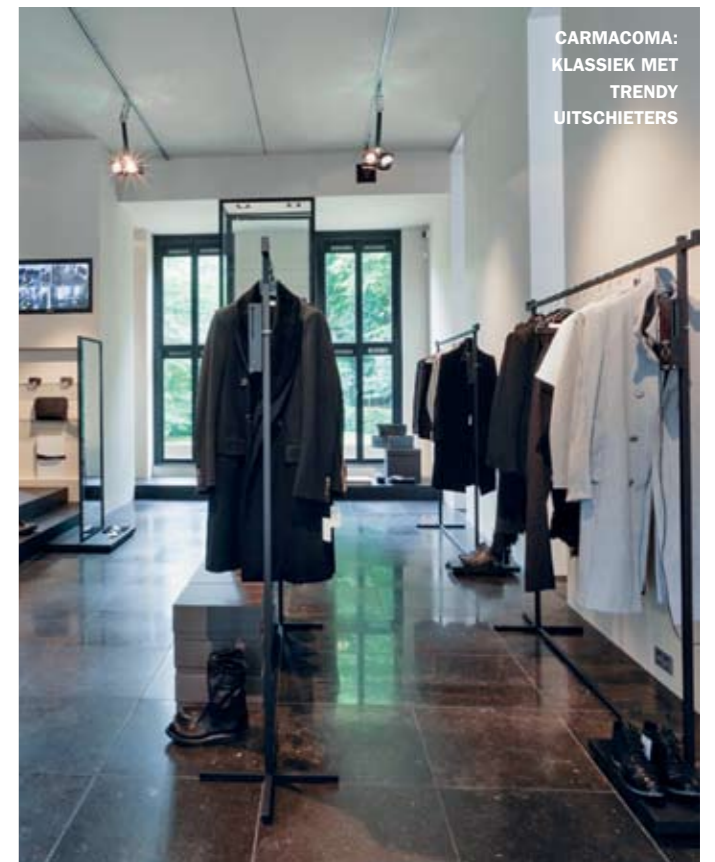
MARGREETH  
OLSTHOORN:  
EIGENZINNIG

# Carmacoma

Nieuwe Spiegelstraat 7a - 7b  
Amsterdam  
[www.carmacoma.com](http://www.carmacoma.com)

Deze luxueuze modezaak zit in de Spiegelstraat tussen galleries, en past daar verrassend genoeg perfect tussen. De man die zeer hoogstaande mode waardeert, en daar ook wat voor over heeft, is hier op zijn plek: klassieke kleren met meer trendy uitschieters, maar altijd met aandacht voor detail.

De winkel begon in 2009 als vrouwenmodezaak; sinds juli 2012 is het naastgelegen pand erbij getrokken voor mannenmode. Hier hangen collecties van opkomende merken als Julien David, JUUN.J en Thamanyah, maar ook van gevestigde namen als Raf Simons en Rick Owens, van wie ook kunst wordt verkocht. Daarnaast, als enige in Amsterdam, de mannenlijn van Dries Van Noten. Nog unieker zijn de ontwerpen van Carol Christian Poell, die Carmacoma als een van de weinige winkels in Europa verkoopt. Poell is echt voor liefhebbers en voert sinds 2010 dezelfde collectie. 'Maar waarom zou je iets veranderen als je al zulke goede stuks hebt?' vindt eigenares Marjon Visser (51). Laat u niet afschrikken door de bel die entree verschaft: het historische gebouw met hoge plafonds, de strakke inrichting en prachtige verborgen tuin, in combinatie met het aanbod van nichemerken en persoonlijke service, maken het waard om van de geijkte moderoute af te wijken.



CARMACOMA:  
KLASSIEK MET  
TRENDY  
UITSCHIETERS



CRIS: JONG  
FORMEEL,  
EIGENTIJD,  
ALTERNATIEF-  
KLASSIEK

# cris

Mariaplaats 3a  
Utrecht  
[www.cris.nu](http://www.cris.nu)

In Utrecht is cris (c r i s) al veertien jaar een begrip. Sinds 1 maart dit jaar is de hernieuwde winkel open: 'Schoon, helder en duidelijk. Eigenlijk niets bijzonders qua inrichting, want die hoeft wat mij betreft niet uitmuntend te zijn,' zegt oprichter Chris Ravenhorst (47). De nadruk ligt op een bijzondere selectie kleren en accessoires.

Cris voert een grote verscheidenheid aan merken, van Carhartt tot Dries Van Noten, en van Levi's Made & Crafted tot HUGO. Daarnaast ook bijvoorbeeld Folk & Fjällräven, Hope en Tiger of Sweden. 'Die combinatie vind ik leuk,' zegt Ravenhorst, 'maar het merk dat me echt dierbaar is, is 7d. Ik waardeer het dat ontwerper Philippe Poelman alleen voor mannenkleren kiest. Hij maakt een alternatief product met een ingetogenheid die je nergens anders ziet; pas als je het aantrekt, merk je hoe bijzonder zijn kleren zijn.'

Het aanbod zal mannen met een eigen kijk op mode aanspreken, die kiezen voor tijdloze kwaliteit: de winkel is dan ook een mengmoes van jong formeel, eigentijds en alternatief-klassiek te noemen. Bij cris werken en winkelen echt 'mannen-mannen'. Ravenhorst: 'Ze hebben gevoel voor eigenheid en zijn veelal creatief. Smaak is belangrijk, leeftijd niet. We hebben klanten van 17 tot 77 jaar, van jongeren tot de opa van een werknemer.'



COMMON KIN: EEN  
ANDER GELUID

# Common Kin

Papestraat 22  
Den Haag  
[www.commonkin.nl](http://www.commonkin.nl)

Den Haag is sinds september 2011 een mannenmodezaak rijker: Common Kin, een eigentijdse winkel. Eigenaar Johan Stork (39) was naar eigen zeggen toe aan een ander geluid. Scandinavisch cool, modern met respect voor traditie en ambacht, met veel jeans, hemden, en handgemaakte schoenen en accessoires. 'We leggen de nadruk op 25-plus mannen die duizelig worden van het enorme on- en offline aanbod en behoefte hebben aan een duidelijk en onderscheidend stijlgevoel.'

Common Kin – de naam verwijst zowel naar 'wat een groep verbindt' als 'bloedgemeenschap' – wil klanten het gevoel geven lid te zijn van de Common Kin-gemeenschap. Dit wordt bereikt door de 'ouderwetse wijze van benadering: oprecht, met kennis van zaken en een lekkere espresso erbij'. In het assortiment zitten merken als Acne, Folk, Velour en Stutterheim, en ook merken met veel historie als Crombie, Lee en Buttero.

Ook de inrichting van Common Kin heeft deze mix van trends en tradities. Studio Intussen gebruikte ruige materialen als honingraat karton, touw en staal, en ontwierp hiermee een moderne winkel. Online is Common Kin actief via een uitgebreide website. ●