



Unieke mode uit Panningen

Kostuumontwerpster Tilly Zegers (53) heeft lak aan modetrends en vaart haar eigen koers. Allerhande kleuren en materialen zijn de leidraad in haar uitbundige ontwerpen en zelfs interieurstoffen winnen terrein in haar kostuums. In haar atelier in Panningen maakt en verkoopt ze maatkleding. Van theatrale carnavalskostuums en gelegenhedenkleding voor artiesten en burgemeestersvrouwen tot alledaagse kleding voor particulieren. **TEKST: Kristel Schreurs**

UITBUNDIGE KLEDING VAN Tilly Zegers



De voormalige huisartsenpraktijk waar het atelier van Tilly Zegers is gevestigd, oogt grijs en sober. De bungalow is haast onzichtbaar door struikgewas. En de burens, een mortuarium, versterken de melancholische sfeer. De uitstraling buiten staat in schril contrast met de sfeer binnen: een drukke, kleurrijke ruimte waar vrolijke dessins domineren. Omringd door talloze stoffen, patronen en paspoppen en vergezeld door een naaimachine werkt Tilly aan haar ontwerpen.

Een kwart eeuw geleden begon de Grashoekse met de hulp van haar schoonmoeder kleding te maken. Wat begon als noodzaak – met haar slanke postuur was het moeilijk om passende kleding te vinden – werd een passie. Een creatieve aanvulling op haar administratieve job als receptioniste. Ook anderen profiteerden van haar drift. „Ik maakte elk jaar meer dan twintig kostuums voor de carnavalsoptocht,” vertelt Tilly. „De pakken waren geliefd en in reactie daarop verhuurde ik de kostuums via internet. Mensen adviseerden mij om voor mezelf te beginnen en dat stimuleerde mij om te bekijken of er een markt was voor mijn kleding.” In 2008 presenteerde de kostuumontwerpster haar lichtelijk theatrale kleding op de Artiesten- en Evenementenbeurs. Een succes. „Ik ging met een achttal opdrachten naar huis en schreef me dezelfde week in bij de Kamer van Koophandel.”

Mix & Match

Haar liefde voor stoffen en kleuren verwerkt ze in de ontwerpen, onverwachte combinaties van materiaal en dessins, soms theatraal maar heel vaak uiterst comfortabel en draagbaar. Geen 'haute couture' maar uitbundige maatkleding. „Mijn kleding is niet aan trends of seizoenskleuren onderhevig. Voorbeelden heb ik niet, want ik kom nauwelijks in kledingwinkels,” vertelt Tilly Zegers. De ongeschreven regel die mode heet, belemmert haar creativiteit. Ze is ervan overtuigd dat kostuumontwerpers niet beperkt zijn als het gaat om de keuze van stoffen en kleuren. „De kleur deze winter is rood, maar ook paars, fuchsia en groen. Mode betekent voor mij durven afwijken van de massa. Lef hebben. Ik combineer materialen en kleuren waar je nooit aan zult denken.” Tilly doelt daarmee onder andere op het gebruik van interieurstoffen; materiaal dat niet of nauwelijks wordt verwerkt in kleding. „Ik koop graag Italiaanse stoffen als Valentino of Armani, maar interieurstoffen doen zeker niet onder voor deze fijne stoffen. Meubel- en gordijnstoffen genieten mijn voorkeur vanwege hun rijke uitstraling, de aabaarheidsfactor maar vooral ook door

de volle, krachtige kleuren. Het materiaal heeft een fijne samenstelling en zorgt voor extra stevigheid.”

Exclusief

Tilly Zegers maakt kostuums voor een specifiek publiek. „Ik maak kleding voor iedereen die iets unieks wil: voor een speciale gelegenheid, maar ook voor alledag.” Haar klantenkring is divers en bestaat uit bruiloftsgasten, burgemeestersvrouwen, kleding voor theater en carnaval, maar ook kleding voor bekende Nederlanders als Karin Bloemen. Tilly maakt slechts één exemplaar van ieder kledingstuk. „Je zult nooit iemand aantreffen in dezelfde jurk of jas, want mijn kleding is uniek. Ik maak geen series, wil geen massaproductie leveren. Er hoeft maar één persoon blij mee te zijn.” Inspraak hebben de consumenten tot op zekere hoogte. Regelmatig gaan kopers mee op strooptocht bij de stoffenleverancier. „Ik motiveer mensen om niet telkens naar het veilige te grijpen, maar om juist net iets gewaagder gekleed te gaan. Ik zoek naar alternatieven die passen bij het figuur van de klant, of deze nu dik, dun, groot of klein is. Vrouwelijkheid, zelfvertrouwen en comfort zijn hierbij van belang.”

Vroeger lieten mensen kleding maken en was er in de buurt vaak geen centrum waar men kleding verkocht. De tijden zijn veranderd en de nieuwe generatie draagt slechts kleding waarin labels als 'made in China' prijken. Het aanbod kledingzaken en webshops is gigantisch en het is voor naaisters, modeontwerpers en kostuumontwerpers moeilijk om te concurreren tegen de commercie. Zo ook voor Tilly. „In deze regio is er geen markt voor mijn kleding; potentiële klanten wonen in en rondom de grote steden. Daarnaast is het moeilijk om een verkooppunt of iets dergelijks te vinden, omdat ik geen productie lever. Winkeliers verlangen dat de kleding in series wordt vervaardigd.” Een eigen boetiek is niet haar droom. „Ik zou mijn baan als receptioniste niet willen missen. Daarnaast is het fijn te weten dat ik van mijn kostuumontwerpen niet hoeft te leven. Het schept geen verplichtingen en is geheel vrijblijvend.” Bedrijfsadviseurs raden Tilly aan om haar ontwerpen in de grote steden aan te bieden in boetieks of galeries. Zij voeren een selectief inkoopbeleid, de kleding zou mogelijk passen in de uitstraling van de kledingwinkel en de doelgroep weet deze exclusieve winkels te vinden. „Ik blijf zoeken naar geschikte etalages, want in mijn atelier krijgt de kleding niet de aandacht die ze verdient.”

www.toptoteen.nl

