

Evelyne Brekelmans-Kranendonk heeft er al een lange carrière als ontwerpster in diverse functies in de mode opzitten. Anderhalf jaar geleden startte zij samen met twee ervaren compagnons een eigen label: Dante °6. Ervaring is de belangrijkste troef die de oprichters in handen hebben. Deze ervaring, plus mooi gemaakte vrouwelijke producten tegen een aantrekkelijke prijs vormt de optelsom voor het succes van het merk.

Tekst: Anna Rijksbaron
Beeld: Dante °6 A/W '10/'11

Dante °6 says....enjoy life

*My lady looks so gentle and so pure
When yielding salutation by the way,
That the tongue trembles and has naught to say,
And the eyes, which fain would see, may not endure.*

[...]

Dante Alighieri (1265-1321)

Middenin het verkoopseizoen voor de zomercollectie 2011 ontmoet ik de oprichters van het nieuwe label Dante °6 in de showroom van hun Nederlandse agent New Market in Amsterdam-Noord. Dat bleek de handigste plek om af te spreken in deze drukke tijd - directeur Pascal Brekelmans zal enkele dagen later naar Kopenhagen vertrekken om Dante °6 daar op modevakbeurs Gallery te vertegenwoordigen en ontwerpster Evelyne Kranendonk bereidt zich voor op een reis naar het Verre Oosten - zowel om de producenten te ontmoeten als ter inspiratie. "Reizen is een belangrijk onderdeel van ons werk," vertelt Kranendonk. Ieder teamlid van Dante °6 heeft zijn eigen verantwoordelijkheid. Brekelmans: "De werksfeer is informeel en los en een ieder vertrouwt voor 100 procent op de kennis en ervaring van de andere teamleden. Dit onderlinge vertrouwen is de basis van het merk, wat ons bindt is de overtuiging dat we aan het begin staan van iets moois en goeds. De belangrijkste bouwstenen bij Dante °6 worden geleverd door de afdeling design & inkoop. Hier wordt gezorgd dat de ontwerpen van Evelyne bij de juiste producenten worden gemaakt. Daarnaast is er het algemeen management, *finance* en *marketing*. Alle overige taken worden uitbesteed."

Pascal BrekelmansBrekelmans vervolgt: "We hebben gekozen voor een flexibele bedrijfsvoering, omdat we ons vooral bezig willen hou-

den met de leuke kanten van dit vak. Noodzakelijke onderdelen zoals administratie, *picking & packing* en distributie zijn uitbesteed. Hierdoor kunnen wij ons concentreren op het design, marketing en de (internationale) uitbreiding."

De bedrijfsstrategie is duidelijk. Dante °6 is een verlengstuk van de oprichters, en visualiseert een reis door het leven, waaraan steeds iets moois wordt toegevoegd. Het resultaat zijn collecties waar de oprichters trots op zijn.

Maar voordat je weet dat je een label op deze manier kunt runnen, is natuurlijk wel enig zelfvertrouwen en ervaring nodig. En die is er, zo blijkt uit de cv's. De oprichters van Dante °6 hebben meer dan 30 jaar ervaring in de mode. Brekelmans heeft eigen kledingwinkels in Rotterdam en Kranendonk werkte als ontwerpster bij verschillende merken. "We zagen mogelijkheden voor een nieuw label, en wisten waaraan we moesten voldoen om succesvol te worden. Het was natuurlijk wel eng om echt van start te gaan, maar met hard werken en de juiste mensen om ons heen, zijn we dan toch zover gekomen. We zijn ervan overtuigd dat we alleen succesvol kunnen zijn, als elke schakel die aan dit succes bouwt, er beter van wordt. De markt is op dit moment natuurlijk niet makkelijk, daarom moeten producenten, agenten/importeurs, retailers en de uiteindelijke klanten, met veel plezier aan Dante °6 terugdenken. Het klinkt wellicht wat wollig, maar dit is onmisbaar en het garandeert uiteindelijk je toekomst."

Dante °6 streeft naar perfectie. Kranendonk: "Ik houd rekening met echte vrouwen, een goede pasvorm is onmisbaar." Als we



bedrijfsprofiel | Dante °6

tevreden zijn over het ontwerp gaan we de beste stoffen uitzoeken, binnen de door ons gestelde kwaliteitsnormen. We zijn zelden tevreden met de eerste optie en dat creëert een spanningsveld, waardoor het eindresultaat alleen maar beter wordt. Vooraf is de doelgroep bepaald. "Dante °6 richt zich op een modebewuste en sterke vrouw, die vol in het leven staat. We streven naar mooie en kwalitatief hoogstaande ontwerpen tegen een zeer verrassende prijs," vertelt de ontwerper. "Alles wat we doen, staat in het teken van dit uitgangspunt. Natuurlijk levert dat conflicten op, die we moeten oplossen, maar uiteindelijk kun je met de nodige creativiteit tot een mooi eindresultaat komen."

Dante °6, dat uitgesproken wordt als Dante Says, is bedoeld als persoonlijke gids voor elk kledmoment en vernoemd naar de Italiaanse dichter en schrijver uit de dertiende eeuw. Het °-tje staat voor numero. "Dante Alighieri was op zoek naar de ideale liefde," zegt Kranendonk. Hij visualiseerde dit middels het spanningsveld tussen goed en kwaad. Wij zijn ook altijd op zoek naar spanningsvelden, denk bijvoorbeeld aan de spanning tussen luxe en betaalbaarheid, maar dit brengt ons verder in de zoektocht naar een optimaal resultaat."

Voor de zomercollectie van 2010 heeft het gedicht 'My lady looks so gentle and so pure' ter inspiratie gediend. "De kleuren van de collectie zijn zacht en subtiel." De wintercollectie 2010/2011 is heel anders. 'Dark Knight' (zie foto's) is opgebouwd uit tegenstellingen. Hij is vrouwelijk en stoer wat tot uitdrukking wordt gebracht in versiersels en materialen als *used* gewassen leer. De kleuren zijn donker. Hoe verschillend de collecties onderling ook zijn, de basis is hetzelfde. De materialen

zijn natuurlijk, zoals zijde of zijdemixen. En breisels en fijne jersey's worden gemaakt van katoen, viscose of luxe wol en kasjmier. Alle prints worden exclusief voor Dante °6 ontworpen. "We werken met leveranciers van grote internationale merken. Hieraan hangt natuurlijk een prijskaartje, maar je bent wel verzekerd van exclusiviteit." Dante °6 is zoals gezegd 'verrassend geprijsd' voor de kwaliteit die het label biedt. Een tanktop is er vanaf 35 euro (marge: 2.8) en een leren jas voor 389 euro (marge: 2.5). Een broek heb je al voor 139 euro. Opvallend is dat het merk in de luxere boetieks te vinden is. "Daar zijn we een aanvangsmerk," legt Brekelmans uit. Ook de luxe boetieks zijn op zoek naar omloopsnelheid, maar het moet natuurlijk wel binnen hun filosofie passen." Bij een gelijkblijvende kwaliteit en creativiteit, kiezen mensen vaak voor een goede prijs. Hierbij komt Dante °6 in het zicht.

Dat de strategie werkt, blijkt uit het aantal verkooppunten in Nederland, dat na slechts drie verkoopseizoenen de 75 is gepasseerd. Bang dat ze de groei niet aankunnen, zijn ze niet. "We kunnen zo hard groeien doordat we zo veel hebben uitbesteed." De focus ligt dan ook vanaf het begin op internationale expansie. Want los van het feit dat het merk in Kopenhagen op de beurs staat, heeft de

Duitse importeur van het label, Feldges & Heidt, net een bezoek aan vakbeurs Premium in Berlijn achter de rug. Het label is nu te koop in Scandinavië, Duitsland, Frankrijk en België. Hopelijk gevolgd door meer landen in de nabije toekomst.

De meeste fouten zijn gemaakt in het verleden, daar is geen ruimte meer voor.

Alvorens de stap naar verdere expansie in het buitenland te zetten, moet er een solide basis zijn. Verder zullen de twee collecties, die nu bestaan uit rond de zestig stijlen die in twee *shifts*

per seizoen worden uitgeleverd, verder worden uitgebreid. Daarbij moeten we denken aan accessoires zoals tassen. Maar ook hiervoor geldt: We willen er zeker van zijn dat het product volledig aan de eisen voldoet voordat het op de markt komt.

Uit de doorverkoopcijfers van de eerste collectie van het label, die van zomer 2010, blijkt het echte succes. Gemiddeld was deze minimaal 75 procent nog voor de uitverkoop begonnen was. "Dat het succes zo groot zou zijn, was zelfs voor ons een verrassing."

En dan tot slot: Hoe ziet de toekomst van Dante °6 eruit?? "We willen over vijf jaar een gerenommeerde naam zijn in Europese warenhuizen en hippe boetieks, en een betrouwbare partner om mee samen te werken. Net als Dante destijds proberen we daarnaast niet alleen van het einddoel te genieten, maar zeker ook van de reis er naartoe. Deze wereld verandert snel, dus wat we vandaag zeggen kan morgen achterhaald zijn." 