

Biologische katoen

De schone shirts van Birgitta de Vos

Mooi, stijlvol en milieuvriendelijk gaan samen in de collectie van *Clean Cotton Company*, een nieuw initiatief van Birgitta de Vos. Ze had genoeg van de felle concurrentiestrijd en de onverzadigbare drang naar méér, beter en spannender die ook de modewereld in zijn greep houdt. “De oprichting van dit bedrijf is een logische stap vanuit mijn filosofie dat gezonde groei altijd driedig is: goed voor de aarde, goed voor de ander, goed voor jezelf.”

De *Clean Cotton Company* heeft als doelstelling producten op de markt te brengen, die zijn gemaakt van biologische katoen. Birgitta: “Biologische katoen is goed voor natuur en milieu, de gezondheid van de katoenboeren en de textielarbeiders, maar ook voor jezelf. Je draagt

iets dat prettig aanvoelt, in de prettige wetenschap dat het zuiver is, want bij de verbouw van deze katoen worden geen pesticiden gebruikt en bij de verwerking geen chemische verfstoffen.” Puur zijn vanuit je eigen creatieve kracht. Dat is waar het volgens Birgitta in het

leven om draait. Om naar die essentie terug te keren ontwikkelde ze begin jaren negentig haar eigen kledingcollectie *Just B.* Waarbij de *B.* staat voor Birgitta, maar ook letterlijk opgevat kan worden: *just be.* Bij de kleding werd ieder seizoen een klein boekje met een bewustzijns-



Birgitta de Vos (45) is een vormgeefster vanuit bezieling; altijd op zoek naar de immateriële kern van het leven om daar een materiële vorm aan te geven. Na de kunstacademie vertrok ze naar Parijs, waar ze werkte voor het trendwatch-bureau van Lidewij Edelkoort. Vervolgens reisde ze geruime tijd door Australië en vestigde zich daarna in Hong Kong waar ze

voor *Mexx* de kledingcollectie voor meisjes ontwierp. Ze richtte haar eigen kledingmerk *Just B.* op en had haar eigen winkel, *B-YOND* in Brussel. Ze geeft bedrijven advies en les aan studenten over vormgeven vanuit bezieling. *Clean Cotton* is haar laatste concept waarin natuur en cultuur samenkomen in een kledingcollectie.

thema aangeboden. Haar concept werd een succes. “Voor mij was de filosofie erachter belangrijker dan de kleding zelf. Zoals de persoon die de kleding draagt altijd belangrijker blijft dan de verpakking. Doordat het merk een enorme vlucht nam - weer ging men voor de mooie vormen en niet voor de inhoud - werd mijn tijd opgeslokt door het creëren van meer en meer kledingstukken. Iets wat tegen mijn gevoel indruiste. Daar heb ik mijn conclusies uit getrokken.”

Liefde en vakmanschap

Birgitta heeft voor haar werk de wereld afgereisd, maar ook een verkenningstocht door haar innerlijk gemaakt. “Door bij mezelf te rade te gaan wie en waarom ik ben, werd vooral glas- holder wat ik beslist niet meer wilde. Ik wens geen bijdrage meer te leveren aan het creëren van oppervlakkige illusies. Iets waar de westerse wereld vlijtig mee bezig is. De modeshows en modereportages tonen met hun supermodellen een geretoucheerde werkelijkheid. Een gekun-

steld ideaalplaatje. Toch is de hele markt erop gericht dat wij ons spiegelen aan dat misleidende beeld van de ideale man of de ideale vrouw. Die vergelijking komt voort vanuit de angst dat we niet genoeg zijn, hebben of krijgen. Een angst waar de consumptiemaatschappij met haar vele producten gretig op inspeelt. In plaats van dicht bij onszelf te blijven, drijven we daar door weg van onze kern en ontkennen we onze eigenheid. Terwijl ik ervan overtuigd ben dat ieder mens uniek is. Juist die oorspronkelijkheid heeft een toegevoegde waarde; het gaat erom dat we elkaar aanvullen. Wie dat inziet, zal niet snel de behoefte voelen zijn medemens in de schaduw te stellen en te beconcurreren. Van jongs af heb ik kleding gezien als een middel om je identiteit mee uit te drukken. Een stukje textiel dat je bescherming biedt, maar waarmee je de buitenwereld ook kunt laten zien wie je vanbinnen bent. Vorm volgt inhoud. In de praktijk zie ik echter dat het voor velen eerder een beweging is van buiten naar binnen in plaats van omgekeerd. Het is niet

de oppervlakte die je mooi maakt, maar je zijn en handelen. Daar kan het uiterlijk een uiting van zijn, maar niet andersom.”

Harmonie met de natuur

In het kader van haar eigen groeiproces volgde Birgitta vele paden. Van hypnotherapie, reiki en astrologie tot sjamanisme. De inzichten die ze verkreeg, leidden tot een manier van leven waarbij ze zich sterk verbonden voelt met alles wat leeft. “Ieder mens is hier op aarde met een speciale reden. Om lessen te leren, te groeien en op eigen, specifieke wijze een bijdrage te leveren aan het geheel. Want dat alles met alles in verbinding staat, is voor mij boven alle twijfel verheven. De nonchalance of beter gezegd de arrogantie waarmee wij in de westerse wereld omspringen met de aarde en haar bewoners heeft geleid tot een verstoring van het natuurlijk evenwicht. Wie in contact komt met zijn echte zelf ziet onmiddellijk in dat de mens in harmonie met de natuur dient te leven. En dat is iets totaal anders dan de natuur naar

onze hand zetten. De textielindustrie is een van de grootste vervuilers, daarom is het van het grootste belang dat er een nieuwe generatie ontwerpers opstaat die kiest voor humanitaire productiemethoden en duurzame producten. Aan de *Design Academy* in Eindhoven begeleid ik studenten bij dit bewustzijnsproces. Maar ik heb ook zelf een concrete stap gemaakt met de *Clean Cotton Company*, die ik onlangs samen met Nanke Bartholomeus heb opgericht.”

Bewuste keuze

Biologische katoen is natuurlijk al langer op de markt, maar er werd nog nauwelijks goede, mooie en hedendaagse kleding van gemaakt. De tijd is rijp om daar verandering in te brengen, vonden Birgitta en Nanke. Terwijl Birgitta zich richt op het concept en het ontwerp is Nanke verantwoordelijk voor de sales en marketing. Gezamenlijk zijn ze een partnership aangegaan met *Bo Weevil* dat al meer dan tien jaar biologische producten in de markt zet. Ook Nanke heeft haar sporen in de modewe-

‘Het is niet de oppervlakte die je mooi maakt,

maar je zijn en handelen. Daar kan het uiterlijk een uiting van zijn,

maar niet andersom.’

reld verdient en ook zij is doordrongen van de noodzaak dat er een tegenbeweging op gang komt om een halt toe te roepen aan de milieuvriendelijke productiemethoden in de textielindustrie. Nanke: “Zoals je inmiddels in de meeste supermarkten biologische voedselproducten kunt kopen, is het onze doelstelling, dat klanten straks ook in kledingwinkels bewust moeten kunnen kiezen voor producten van biologische katoen. Milieubewust wil wat ons betreft zeker niet zeggen dat je er in een vormloze hobbezak bij moet lopen. Onze artikelen zijn mooi, stijlvol in detail en tijdloos. We willen een zekere duurzaamheid nastreven, niet meer meehollen met de modewereld waarin je te-

genwoordig met zes tot twaalf nieuwe collecties per jaar dient te komen. Op die manier verwordt kleding al snel tot een vluchtig wegwerpartikel en dat is uiteraard het laatste dat wij met ons bedrijf beogen. Wat overigens niet wil zeggen dat commercie voor ons een vies woord is - natuurlijk is het de bedoeling dat iedereen die aan deze collectie werkt er zijn brood mee kan verdienen. Je hebt niets aan idealen als die slechts in goede bedoelingen blijven steken. Wij geloven erin dat die van ons praktisch haalbaar zijn.”

www.cleancotton.nl

TEKST: MIEKE VAN WIJK FOTOGRAFIE: ERIK BUIS



Op de shirts van *Clean Cotton* staan, ofwel op de mouw, ofwel langs een naad, korte bewustzijnstekstjes afgedrukt. Zodanig, dat ze vooral voor degene die het shirt draagt, goed leesbaar zijn.

Nanke Bartholomeus (42) werkte na haar opleiding aan de modeacademie voor bedrijven in New York waar ze zich bezighield met sales en marketing. Anderhalf jaar was ze actief voor *Esprit* voordat ze de overstap maakte naar *Soap Studio*. Als zelfstandig agent belandde ze bij *Just B.*, waar ze Birgitta leerde kennen.

Nadat Birgitta *Just B.* had verlaten en binnen het bedrijf het *just be*-gevoel verdween, voelde Nanke zich er ook niet meer thuis. Sindsdien is ze agent van *Fred de la Bretonière*, waar ze zich met name richt op diens schoenen- en tassencollectie. Het daarnaast in de markt zetten van *Clean Cotton* bezorgt haar een ‘waanzinnig goed gevoel’.