



Tekst BREGJE LAMPE
Foto's INEZ VAN LAMSWEERDE E.A. ?

Tijdens de afgelopen modeweek in Parijs, oktober 2009, werd er veel over haar gesproken. Melanie Ward presenteerde samen met Graham Tabor een nieuw label: Blouson Noir. En dat moest wel goed zijn, met zo'n staat van dienst. In het modewereldje is Melanie Ward – die toegeeft dat ze de veertig gepasseerd is, maar verder niets over haar leeftijd kwijt wil – wereldberoemd. Maar om haar werk te kunnen waarderen, hoeft u echt niet zo iemand te zijn die altijd moeiteloos de tien belangrijkste ontwerpers van dat moment oplepelt. Waarschijnlijk bent u, zonder het te weten, al bekend met haar werk. Sinds eind jaren tachtig is Melanie Ward aanjager van grote trends als grunge, minimalisme en het *mix-and-match cool* dat momenteel in de mode is. Dertien jaar lang was ze de rechterhand van modeontwerper Helmut Lang. Toen Karl Lagerfeld in 2005 zijn eigen label begon, vroeg hij Ward voor de functie van creatief directeur. Ze werkte voor Jil Sander en Calvin Klein en sinds 1995 is ze 'senior fashion editor' van *Harper's Bazaar*.

Ward: *'Mijn achtergrond als stylist geeft me een voorsprong als ontwerper. Ik weet wat mensen willen dragen, maar ook wat goed fotografeert'*

Inmiddels hangt haar kleding in dertien van de meest toonaangevende winkels ter wereld, zoals Dover Street Market in Londen, Colette in Parijs, Restir in Tokio, Barneys en Opening Ceremony in New York. In Amsterdam is Blouson Noir nog niet te koop. Maar Pieter Baane en Marcelo Maquieira, inkopers van Ennu in de Cornelis Schuytstraat, hebben de showroom wel bezocht. Dat ze niet ingekocht hebben is een kwestie van budget. De kleding van Blouson Noir is duur, en dat betekent een flink risico, zeker in het geval van een relatief onbekend merk. "Het is altijd heerlijk om iets nieuws te zien dat meteen goed is. Ik was onder de indruk van hun collectie, en ik denk dat de jarenlange ervaring ze kan helpen om de fouten die in de modewereld zo vaak

gemaakt worden te voorkomen. Ze weten hoe de business werkt. Dat merkte ik meteen toen ik er was. Ze nemen de tijd, maar zijn tegelijkertijd heel zakelijk. Melanie en Graham weten wat ze willen."

Over Melanie Ward wordt gezegd dat ze iets engelachtigs heeft; misschien vanwege haar lange blonde haren en haar bleke huid. Maar daar is niet alles mee gezegd: rond Ward hangt een vreemde, haast serene sfeer. Alsof ze beschermd wordt door een onzichtbare glazen stolp. Zelfs wanneer ze tijdens de modeshows in Parijs op de eerste rij zit, en de mensen om haar heen hun best doen om opgemerkt te worden in het modecircus, lijkt Ward compleet los te staan van de chaos rondom. Ze zoekt de camera's niet op, ze draagt geen hoge hakken en opzichtige kleding, ze geeft een hand of een kus in plaats van een hooghartig knikje.

In de showroom neemt ze, en dat is niet vanzelfsprekend in de gehaaste modewereld, ruimschoots de tijd voor pers en klanten. Ze praat rustig over haar rol als smaakmaker, over haar interesse in mode, over Blouson Noir; intussen serveert ze thee met biologische, glutenvrije cake. Ze luistert aandachtig, stelt vragen. "Ik ben vreselijk nieuwsgierig. Altijd al geweest."

Melanie Ward heeft al twintig jaar ontzettend veel invloed op het modebeeld. Als stylist, als consultant en als ontwerper. Maar van terugkijken – gemeengoed in de mode – houdt ze niet. "Ik zie wel dat er momenteel een grunge-revival aan de gang is, maar dat wil niet zeggen dat ik terugrijp naar mijn eigen werk van toen. De tijden veranderen," zegt Ward. Overigens was ze zich helemaal niet van bewust dat ze zoiets invloedrijks neerzette toen ze samen met fotograaf Corinne Day en een vijftienjarige Kate Moss – nog twee van die legendarische

Nu is ze nog een van de weinige stylisten met een eigen modemerk in het hoge segment. Maar als Melanie Ward iets doet, volgen de anderen vanzelf. Een ontmoeting met een van de belangrijkste

Melanie Ward: wars van status, vol invloed



modetypes – de eerste grungy beelden maakte.

“Het was puur een kwestie van dingen maken en lol hebben met je vrienden. We waren nog geen onderdeel van de mode-industrie. Geld en grote labels waren geen *issue*. Ik had geen toegang tot designerkieren. Ik kocht spullen op Portobello Road en vermaakte die naar eigen inzicht,” zegt Ward. Ze maakte deel uit van een beweging die de strijd aanbod met de heersende opvattingen in de modefotografie: het gebruik van weinig glamoureuze locaties, afwijkende modellen en de nadruk op een verhaal dat verder gaat dan het tonen van kleren alleen, ging lijnrecht in tegen de op status drijvende esthetiek van de jaren tachtig. Terwijl in de modewereld hoekige lijnen, wespenailles, schoudevullingen, glimmend leer en opzichtige merken hoogtij vierden, werd Ward in eerste instantie alleen door bands voor stylingklussen gevraagd; die zagen als enige wél wat in haar slordige, nonchalante stijl.

Pas in 1993 stond een serie van haar en Corinne Day in de Britse *Vogue*. De foto waarop een jonge, broodmagere Kate Moss in een hoek van een morsige kamer staat – geen make-up, gekleed in een simpel roze hemdje en een kanten onderbroek, en om haar heen, op de muur, een slinger met kerstlichtjes – zou smaakbepalend zijn voor een hele generatie. Met de morsige look van Kate Moss, ook wel ‘*heroin chic*’ genoemd, zette Ward een nieuwe trend. Redacties van modebladen zagen in haar en de mensen waarmee ze veel werkte, de boegbeelden van een nieuwe generatie. “Melanie is één van de *grandmothers of styling*. Zij is, samen met nog wat mensen, in staat gebleken om het tijdsbeeld rigoureus te veranderen: van glamour

chic naar realistische grunge. Bij een groot publiek is ze niet zo bekend, omdat ze vooral achter de schermen werkt. Maar ondertussen heeft Melanie als beeldmaker heel veel invloed gehad. Uiteindelijk is zij degene die de skinny jeans heeft uitgevonden,” zegt fotograaf/stylist Ruud van der Peijl. “Melanie Ward is de reden dat ik stylist ben geworden,” zegt Jos van Heel, aangesloten bij House of Orange. “Ik was zo onder de indruk van de eerste series die ze voor het blad *The Face* maakte. Helemaal mijn smaak. Het bijzondere aan Melanie vind ik dat ze honderd procent vanuit haar gevoel werkt. Ze laat zich niet sturen door de mode, ze is onafhankelijk. En toch werkt ze al jaren op het allerhoogste niveau.”

Melanie Ward, die sinds 1995 in New York woont, groeide op in Londen. Ze studeerde cum laude af in politicologie, Frans en Duits. “Mijn opvoeding was academisch. Ik heb altijd veel gelezen, maar ik zat ook veel achter de naaimachine van mijn tante. Ik maakte mijn eigen kleren. En ik gebruikte mijn moeders pannen om die zwart te verven.” Ze lacht. Ze volgde een opleiding tot modeontwerper aan Central Saint Martins en kreeg voor haar afstudeercollectie de ‘Best Daywear’ prijs. “Ik ben opgevoed met het idee dat er geen grenzen zijn, dat ik kan doen wat ik wil. Mijn ouders hebben me altijd gesteund, maar ik denk wel dat ze zich afvroegen waar ik mee bezig was in die eerste jaren als stylist. Zat ik weer in de trein naar Manchester met zes tassen vol kleren om een of andere band aan te kleden. Ze hadden geen idee dat ik daar ooit geld mee zou gaan verdienen. Pas toen ik gevraagd werd door de Rolling Stones hadden ze door dat wat ik deed ook een echte baan was.” Stylist was in die tijd nog nauwelijks een ‘officieel’ beroep – laat staan dat het de populariteit van nu genoot. “Bovendien is het beroep stylist langzamerhand flink veranderd. Van mij werd nog niet verlangd dat ik kleren van een bepaald merk in een mode-reportage gebruikte. Tegenwoordig wordt de modewereld meer en meer door geld gedreven.” Ze zegt het zonder een spoor van nostalgie. “Ik ben niet zo iemand die vind dat alles vroeger beter was. Oké, het was anders dan nu. Maar niet beter of slechter. Juist de voortdurende verandering vind ik zo interessant aan de modewereld.”

Van der Peijl: ‘Melanie heeft een tijdsbeeld rigoureus veranderd: van glamour chic naar realistische grunge’

In 1992 kwam Ward in contact met de van oorsprong Oostenrijkse modeontwerper Helmut Lang. Lang, wiens minimalistische mode op dat moment als revolutionair gold, volgde haar werk al een hele tijd en bood haar direct een contract aan. Als creatief directeur werkte Ward aan de collecties, het imago en de presentatie van het merk Helmut Lang. Patrizio Bertelli, die in 1999 het bedrijf van Lang kocht, refereerde ooit aan Ward als de

‘*female Helmut*’. “Onze smaken waren zó hetzelfde dat ik op een gegeven moment een groot deel van de vrouwencollectie ontwierp,” zegt Ward. “Ik ben net zoveel ontwerper als stylist.” Beide beroepen kunnen prima door één persoon ingevuld worden, vindt Ward. “Zolang je maar integer bent. Toen ik bij Helmut in dienst was, werkte ik daarnaast ook als consultant voor Jil Sander en Calvin Klein. Mijn achtergrond als stylist geeft me een voorsprong als ontwerper. Dat merk ik nu: veel klanten in de showroom vragen hoe ik een of ander zou dragen. Ik heb het gevoel dat mijn kennis van het stylingvak me een betere ontwerper maakt. Ik weet wat mensen willen dragen, maar ook wat goed fotografeert in de bladen.”

Toen Helmut Lang in 2006 stopte met zijn label, werd in het modewereldje gefluisterd dat Ward de boel zou overnemen, maar Ward werd op dat moment gebeld door Karl Lagerfeld. “Karl wilde met mij over een nieuw project praten. Bleek dat hij zijn eigen label ging opzetten en mij als creatief directeur wilde aanstellen. Natuurlijk heb ik meteen ja gezegd. Karl is *fashion*. Ik heb heel veel respect voor hem en voor zijn werk.” Ze is een half jaar gebleven, tot een nieuwe en grote investeerder zich met het merk ging bemoeien.

Nu heeft ze haar eigen merk. Een ‘organisch proces’, benadrukt Ward. “Het is absoluut niet zo dat ik stiekem altijd al ontwerper wilde worden.” Ze heeft Blouson Noir opgezet met Graham Tabor, die eerder als ‘*knitwear consultant*’ voor Karl Lagerfeld werkte. Ward en Tabor kennen elkaar uit New York en maakten eerder samen een collectie voor TSE Cashmere. Om een vliegende start te waarborgen, had Ward heel makkelijk haar eigen naam aan het label kunnen hangen, in plaats van het onpersoonlijke Blouson Noir. “Dat wilde ik dus juist niet, dit is geen egotrip. Het gaat om de kleren, niet om de ontwerper. Ik heb niets met de sterrencultus rond hedendaagse modeontwerpers. Bovendien: Graham en ik doen het samen en we doen er allebei nog steeds andere dingen naast,” zegt Ward. “Blouson Noir verwijst naar zo’n zwart leren jasje, een *wardrobe staple*, iets tijdloos dat vrouwen altijd in de kast hebben. Dat is het soort kleren dat we willen maken,” zegt Tabor. Klassiek, met een tikje rock’n-roll en oog voor detail. Jaszies van katoen met op de rug een vetersluiting, broeken en rokken met een hoge tailleband die eraf gehaald kan worden zodat ze ook op de heup kunnen worden gedragen, met raffia afgezette rokken en een sjaal met print van Miguel Villalobos en veren die met kleine zilveren ringetjes vastgemaakt zijn. De inspiratie, vertelt Ward, kwam van een stapel versleten theedoeken. De strepen, de ruwe stof, de versleten randen. Dat klinkt niet heel sexy, maar het is



niet voor het eerst dat versleten handdoeken iets moois opleveren – denk aan de geborduurd schilderijen van versleten handdoeken van Michael Raedecker. Vijfendertig stuks telt de eerste collectie. Niet

Ward: ‘Pas toen ik gevraagd werd door de Rolling Stones hadden mijn ouders door dat wat ik deed ook een echte baan was’

veel, omdat Ward en Graham pas in mei 2009 begonnen – vijf maanden voor de presentatie in Parijs – en omdat ze maar met zijn tweeën zijn. “Dat is wel even wennen,” zegt Ward. “Bij Helmut Lang had ik een heel designteam tot mijn beschikking. Daar was bij wijze van spreken zelfs iemand beschikbaar die fotokopieën maakte of snel nog wat knopen haalde bij de winkel. Graham en ik doen nu nog alles zelf. Thuis. Een uitdaging, vind ik.”