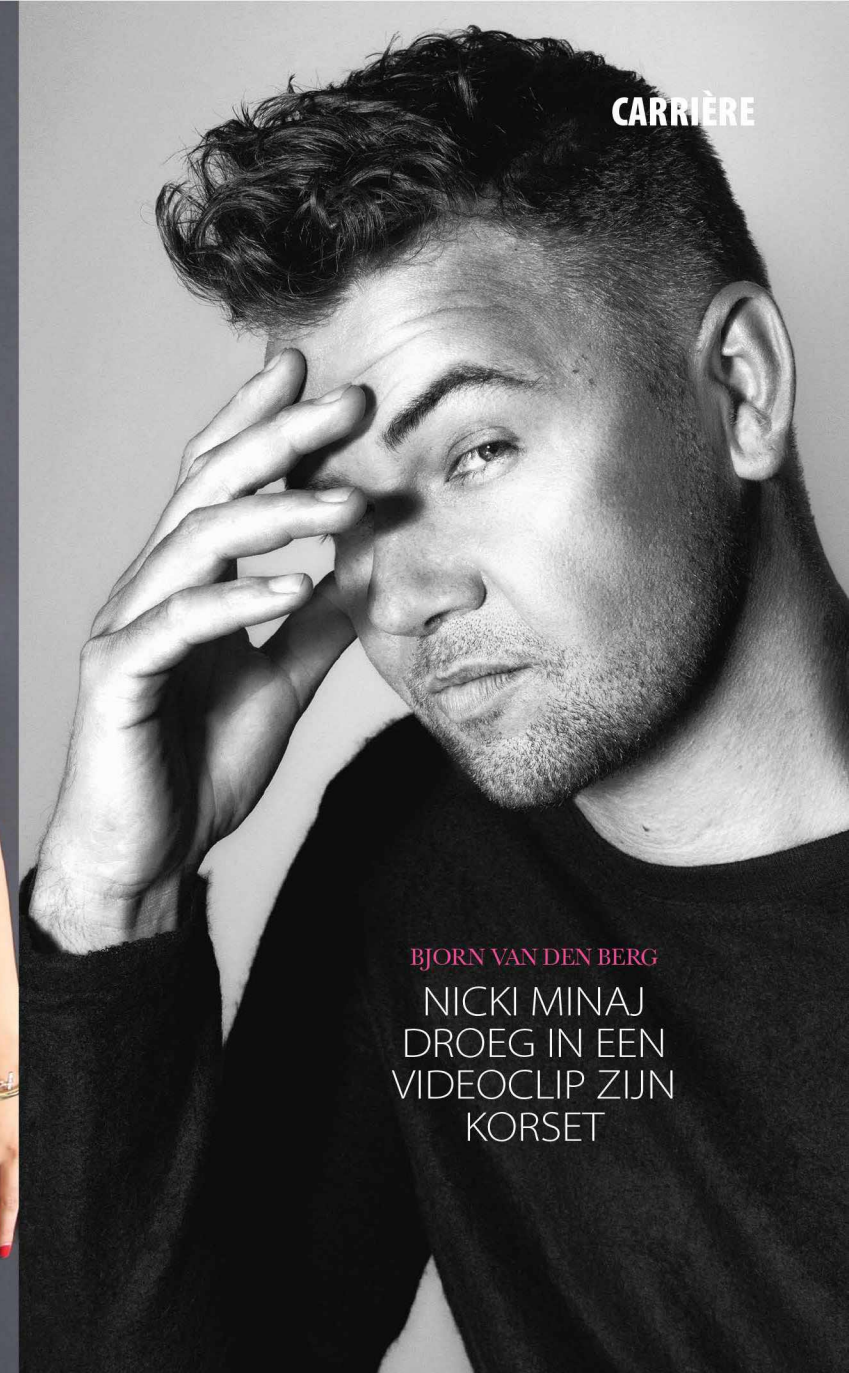


ZEYNEP DAG
SCHOENEN
ONTWERPEN
VOOR
RIHANNA



BJORN VAN DEN BERG
NICKI MINAJ
DROEG IN EEN
VIDEOCLIP ZIJN
KORSET

FOTOGRAFIE: ARMANDO BRANCO

VAN HOLLAND NAAR HOLLYWOOD

Succes in Amerika, dromen niet veel mensen daarvan? Toch blijkt de 'American dream' in de realiteit veel minder rooskleurig, vertellen designers Zeynep Dag en Bjorn van den Berg. Deze jonge talenten uit Nederland wisten de oceaan over te steken met hun prachtige designs, die zelfs door grote sterren als Rihanna en Gwen Stefani gedragen worden. "Je moet een lange adem hebben." TEKST: CLAIRE VAN BAVEL



FAVORIET

Rihanna bestelde onder andere dit model: The Storm Snake Crystal Heels. De elegante hakken zijn belegd met kristallen in verschillende kleuren. € 369,86 via alzuarr.com



ZEYNEP DAG

'ALS JE GROOT WILT WORDEN IN AMERIKA, MOET JE KEIHARD WERKEN'

Zeynep Dag (28) woont in Eindhoven, maar brengt veel van haar tijd door in Parijs, waar ze een showroom heeft. Dat haar schoenenmerk Alzúarr binnen een korte tijd zo groot zou worden, had ze nooit durven dromen. Nadat ze drie studies had afgerond (kunstacademie, kunstgeschiedenis en een docentenopleiding) besloot Zeynep stage te gaan lopen bij een groot schoenenbedrijf. "Ik wist altijd al dat ik in de schoenenbranche wilde werken. Na mijn stage mocht ik er blijven als freelance schoenenontwerper." Zeynep merkte echter dat originaliteit geen rol speelde. "Ik moest eigenlijk kopiëren van andere merken en dat vond ik jammer. Ik wilde unieke schoenen creëren."

ALZÚARR

In 2017 startte Zeynep haar eigen schoenenmerk, Alzúarr. Waar de naam vandaan komt? "Ik noem het een strategisch verzinsel", merkt ze lachend op. "Via social media kwam ik een man tegen die ook deze naam had, maar dan anders gespeld. Ik vond het zo'n interessante naam, dat ik er een merknaam van heb gemaakt. Het is een kort en krachtig en past goed bij mijn merk." Vanaf het begin had Zeynep een heldere visie voor ogen: ze wilde het grootste internationale schoenenmerk worden op het gebied van exclusiviteit. Dat haar designs een internationaal succes zijn, blijkt wel uit de cijfers. In het eerste jaar had ze bestellingen uit 85 verschillende landen.

RIHANNA

Zeynep had zichzelf drie jaar de tijd gegeven om haar merk internationaal op de kaart te zetten. Echter, toen de webshop van Alzúarr nog maar twee weken live stond, kreeg ze al een bestelling binnen van Rihanna. "Mijn vriendinnen zeiden vaak dat mijn schoenen goed bij Rihanna zouden passen. Ik wilde natuurlijk ook wel dat zij in mijn designs zou rond lopen, maar ik had geen idee hoe ik haar zou

kunnen bereiken. Ik kwam een fanpage op social media tegen en zag dat Rihanna die pagina ook volgde. Via die weg ben ik in contact met haar gekomen." De assistent van Rihanna liet Zeynep weten dat de popster verliefd was op haar collectie en ze bestelde zeven paar schoenen. Daarna gaat het snel. Zeynep: "Iedereen ziet natuurlijk dat zij mijn schoenen draagt en wil ze daarom ook hebben. Sinds dat moment krijgen we ook bijna dagelijks aanvragen binnen van Amerikaanse stylisten."

STRESSVOL

Binnen een paar maanden was Alzúarr uitgegroeid tot een internationaal schoenenmerk. De explosieve groei zorgde ervoor dat er hard gewerkt moest worden om alle bestellingen goed te kunnen versturen. "Er komt veel bij kijken. We kregen bestellingen uit Amerika, Brazilië, Hong Kong, en je wilt iedereen tevreden houden. Vooral Amerikanen verwachten veel van je. Waar de nuchtere Nederlander slechts een paar schoenen koopt, bestellen zij makkelijk meerdere paren. Zo bestelde het zusje van Mark Zuckerberg meteen drie paar."

SUCCES

Inmiddels heeft Zeynep een sterk team om zich heen verzameld, iets waar ze erg trots op is. Als kroon op haar werk werd ze in 2018 door de businessclub Etnische Zaken Vrouwen Nederland (EZVN) uitgeroepen tot 'Ondernemer van het jaar'. Of ze nog grote dromen heeft? Zeker! "Ik heb onlangs een collectie met roze schoentjes gelanceerd en ik hoop ooit nog schoenen te mogen ontwerpen voor de poppen van Barbie." Ze voegt hieraan toe: "En ik weet niet of koningin Máxima GOOISCH leest, maar ik hoop dat zij dit leest en ook mijn schoenen gaat dragen."



SHOPPEN MAAR!

Vorig jaar lanceerde Bjorn een prêt-à-porter collectie, die te koop is via zijn online boetiek. Armbanden, oorbellen en kettingen zijn verkrijgbaar in verschillende kleuren en belegd met kristallen. Deze prachtige Aphrodite Earrings koop je voor € 329 via bjornvandenbergboutique.com



BJORN VAN DEN BERG 'AMERIKA IS HET LAND VAN DE OPPORTUNITIES'

Bjorn van den Berg (39) is geboren en getogen in Nijmegen, waar hij opgroeide in een creatief gezin. Inmiddels woont hij in Amsterdam, waar hij in een bruisend deel van de stad een showroom en atelier heeft. Zijn exclusieve designs, vaak belegd met ontelbare kristallen, gaan heel de wereld over.

CREATIEF

Van jongs af wist Bjorn al dat hij modeontwerper wilde worden. "Er was toen nog geen vakopleiding voor dit beroep, zoals je nu het Amsterdam Fashion Institute hebt. Ik heb verschillende opleidingen gevolgd, waarvan de een beter bij mij paste dan de ander. Daarnaast werkte ik bij een bloemisterij, ik was altijd al heel creatief. Later ging ik werken bij een bedrijf dat marketing en styling voor retailbedrijven verzorgde. Hier heb ik veel van geleerd, maar uiteindelijk miste ik een bepaalde uitdaging. Ik nam een sprong in het diepe en begon voor mijzelf."

ERKENNING

In het begin stond Bjorn vooral bekend om het customizen van kleding en accessoires. Hij ontwikkelde zich verder als stylist en bracht een eigen accessoirelijn uit, maar merkte dat hier niet zijn passie lag. Toen hij de focus verlegde naar exclusieve en extravagante designs, zoals korsetten, stagewear en echte statement sieraden, werden de eerste stappen naar Hollywood gezet. Hij werd benaderd door B. Åkerlund, de styliste van onder andere Madonna, en mocht zijn designs bij haar in de showroom plaatsen. "Het heeft veel deuren voor mij geopend, hier ben ik nog steeds erg dankbaar voor", vertelt Bjorn. "Het voelde als erkenning voor mijn werk."

VERSCHIL

Bjorn merkt duidelijke verschillen tussen Nederland en Amerika. "In Nederland zijn we meer van 'doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg', terwijl ze daar meer willen opvallen. De clientèle die ik bedien, bestaat voornamelijk uit artiesten en voor hen kan het juist niet gek genoeg", legt hij uit. Gwen Stefani droeg als eerste internationale artiest een van zijn stukken in de videoclip van het nummer 'Misery'. Ook Nicki Minaj hult zich in een korset van hem voor de videoclip van 'Swish Swish' en in magazines en op televisie worden namen als Ciara, Kelly Rowland, Demi Lovato en Mel B gespot in zijn ontwerpen.

OPPORTUNITIES

Amerika is het land van de 'opportunities', meent Bjorn. "Als je het goed weet neer te zetten, dan kan je heel groot worden." Het was echter niet zijn droom om groot en bekend te worden. "Eigenlijk doet mij dat helemaal niks. Ik ben voornamelijk dankbaar dat ik dit werk mag doen. Daarnaast vind mijn werk vooral achter de schermen plaats en dat wil ik zo houden, maar door de exclusiviteit van mijn designs zijn de mensen die het dragen toch vaak wel bekend." Hierdoor zijn veel mensen in de veronderstelling dat Bjorn al 'binnen' is en kan gaan rentenieren. "In de realiteit is het heel hard werken en veel investeren, maar deze kant zien buitenstaanders niet. Als je het in Amerika wilt maken, moet je een lange adem hebben en in jezelf geloven." Wie hij nog wel eens in zijn designs wil zien? "Lady Gaga. Zij heeft zich als persoon en artiest zo bijzonder ontwikkeld en dat past bij mij als designer. Maar ook Ariana Grande en Rita Ora vind ik geweldig." 📸