



Lachen in de modebranche

Grappes van ontwerpers.



Lachen in de mode branche

Vandaag is het de 1^e dag van de 4^e maand, het moment voor alle grappenmakers om vooral de lolbroek uit te hangen vaak ten koste van andere. Gelukkig zijn de meeste grappen onschuldig en zolang het 1 dag per jaar is kan iedereen zich er op voorbereiden.

Ook in mijn branche worden er soms grappen uitgehaald, maar dan vooral vanuit een humoristische invalshoek. Eigenlijk kan dat niet want de modebusiness is een serieuze bedrijfstak waar veel geld in omgaat. Omdat het vandaag nationale grappendag is heb ik hierbij enkele mode humor voor je een op een rij gezet. Sommige zijn dan ook echt om minimaal te glimlachen.

Het kledingstuk bij uitstek om een grap te communiceren is natuurlijk het T-Shirt . Een van de leukste voorbeelden was jarenlang te zien in de commercials van een grote bouwmarkt. In ieder filmpje was er een t-shirt te zien met op de voorkant een (vraag)stelling en achterop het vaak onverwachte antwoord. Op een gegeven moment ging het T-shirt een eigen leven leiden en werden ze vervolgens volop verkocht in die bouwmarkt . Het voorbeeld wat mij het meeste bij is gebleven in de hilarische filmpjes met Sjaak en buurman Freek-Willem was de tekst ; 'Nee heb je Achterkant ; Ja kan je vergeten.'

Een ander T-Shirt fenomeen zijn de T-Shirts van Gerard Joling, die naast dat ze uitblinken in extravaganza vooral ook een knipoog waren naar zijn uitspraken. O.a. Ik heb er geen kracht meer voor. Of de T-shirts van Antoine Peters *Fat People Are Harder to Kidnap* en *How To Make An Elephant Out Of A Mosquito*. Met o.a. geplette muggen op shirtjes.

Maar ook internationaal kennen we Humor in de mode.

Was het vooral in de jaren 80 dat het merk Moschino uitblonk in gekkigheid hebben we de laatste jaren vooral veel 'last' van Karl Lagerfeld. De inmiddels ruim 70- jarige mode ontwerper kan het niet laten om zo af en toe de lachspieren te bewerken. Zo had hij de zelfspot toen hij gespot werd na de introductie van zijn tassenlijn met een tas waarop stond : Karl WHO?' En dat voor een tas van slechts 25000 euro. Ook zijn campagne voor de Franse verkeersveiligheid gaf minstens een reden voor een glimlach. Op de posters werd hij afgebeeld met een neongeel veiligheid vestje met daarnaast de tekst : 'Hij is geel, lelijk en past nergens bij, maar kan wel levens redden.'

Prachtige foto waarin de humor goed zichtbaar verwerkt is, is de mode reportage die ooit gemaakt is voor het modeblad Vogue door Steven Meisel. Het thema was daar hoog in de bergen...

Op de foto staan modellen met hoge hakken en een bontjas zo gefotografeerd dat het net berggeiten waren .

Ook topontwerper Marc Jacobs kan er wat van, hij kreeg Victoria Beckham zover dat ze in een Marc Jacobs tas kroop om vervolgens als een Barbie pop weer tevoorschijn te komen en dit onder het met de mededeling : 'als de mensen haar als een Barbie zien, wie zijn wij om daar niet aan mee te doen.'

Kortom ook in mijn branche is humor een onderdeel, net als vanmorgen, de switch tussen René Verkerk en mijzelf was onderdeel van deze 1^e dag van de 4^e maand. Maar dat had u toch wel door ? 😊

Rick Moorman