

“Eigenlijk probeer ik op een moderne manier het métier van kleermaker te herwaarderen.”



‘STRAFFE MADAME’ KATRIJN MANNAERTS, FIL ROUGE

“Ondernemen geeft veel voldoening en zelfvertrouwen”

Het leven heeft haar niet gespaard, maar desondanks straalt Katrijn Mannaerts als nooit tevoren. Zes jaar nadat ze begon met het ontwerpen van maatpakken voor vrouwen, voelt de Wilrijkse zich als een vis in de vijver van het ondernemerslandschap. “Ik heb doorheen de jaren heel veel opgestoken tijdens netwerksessies en blijf het belangrijk vinden daar tijd in te investeren.”

Maatpakken voor heren lijken de evidentie zelve, bij dames is dat minder het geval. Toch rook Katrijn Mannaerts eind 2008 haar kans om dat gat in de markt op te vullen. Met succes: zes jaar later heeft haar bedrijf al veel naambekendheid gewonnen en geniet ze met volle teugen van het ondernemerschap.

Katrijn Mannaerts: “De liefde voor mode heeft er altijd ingezeten. Als kind al had ik oog voor schoonheid, kleuren en vormen. Ik keek op naar mensen met een uitstraling, die gevoel hadden voor stijl. Ik tekende toen ook al veel. De keuze om aanvankelijk architectuur te studeren, was ergens dus niet onlogisch.”

M.M.: Hoe zette u de stap van de architectuur naar de mode?

“Als architecte werkte ik voornamelijk als medewerkster op een bureau, heb voor mezelf enkele projecten gerealiseerd. In de jaren negentig begon ik, voor mijn plezier, met naaicursussen. Later volgden nog algemene en privé cursussen naaitechniek voor haute couture en patroontekenen. Hierdoor leerde ik stelselmatig hoe een kledingstuk in elkaar zit en groeide de liefde voor mode steeds nadrukkelijker. Zo rijpte stilaan het plan om professioneel er iets mee te gaan doen.”

M.M.: Hoe beleefde u die opstartfase?

“Voor ik eind 2008 van start ging, volgde ik in 2007 het met Europese steun gesubsidieerd mentorprogramma van Markant, een netwerk van en voor actieve en ondernemende vrouwen. Daar heb ik erg veel aan gehad, op alle vlakken.

In die periode besliste ik ook om de platgetreden paden te verlaten. Het was nooit de bedoeling om iets te doen in de confectiesfeer, ik wou iets van blijvende waarde creëren. Met maatpakken voor vrouwen vond ik het ideale product. Ik was ervan overtuigd dat er volgens eigen gevoel, onderzoek en de vele positieve reacties vanwege mijn doelpubliek - ondernemende vrouwen - zeker een markt voor was.”

M.M.: Welk gevoel geeft ondernemen u?

“Voor mezelf starten gaf me erg veel voldoening. Je bewandelt een lange weg waar je contacten legt met ateliers en stoffenleveranciers, modellen zoekt, naambekendheid probeert te genereren. Als de puzzel dan uiteindelijk mooi in elkaar valt, verandert dat aanvankelijk

“Als weduwe een zaak en een huishouden runnen, is soms een huzarenstukje. Gelukkig zijn mijn zoon (17) en dochter (14) al vrij zelfstandig en begrijpen ze dat mijn meeste afspraken ‘s avonds en in de weekends doorgaan.”



wat onzekere gevoel in een boost van zelfvertrouwen. Gaandeweg voel je dat je bedrijf er staat, al is dat een proces dat gepaard gaat met veel tijd, energie en geduld.”

M.M.: U richtte Fil Rouge op aan de vooravond van de economische crisis. Hoe heeft u die periode doorsparteld?

“De recessie maakte de opstart inderdaad allerminst evident, maar toen moest de grootste dreun nog komen. In 2011 overleed mijn man aan de gevolgen van een hersenbloeding. Plots stond ik er helemaal alleen voor. Uiteraard heeft dat in die periode een enorme impact gehad op mijn werk en leven. Een groot pluspunt was dat ik kon terugvallen op een brede vriendenkring en op mijn twee kinderen. Als weduwe een zaak en een huishouden runnen, is soms een huzarenstukje. Gelukkig zijn mijn zoon (17) en dochter (14) inmiddels al vrij zelfstandig en begrijpen ze dat mijn meeste afspraken ‘s avonds en in de weekends doorgaan.”

M.M.: Hoe belangrijk was Fil Rouge om die klap te boven te komen?

“Je kan het je niet permitteren je zaak lang te laten slabakken, ik moest uiteindelijk weer vooruit. Ondanks alles voelde ik dat mijn product goed zat. Het is geen wegwerpartikel, maar een crisisoverstijgende investering: geen kledingstuk dat je na verloop van tijd weer weggooit, maar

een uniek pak waar je op lange termijn blijft van genieten omdat het wordt gefabriceerd met kwalitatieve, duurzame stoffen in een gespecialiseerd Duits atelier en de pasvorm perfect zit. Eigenlijk probeer ik op een moderne manier het métier van kleermaker te herwaarderen. Dat gebeurt weliswaar niet meer op de traditionele methode: ik bezorg het atelier een heel gedetailleerde productiefiche, zes weken later is het pak klaar en mag de klant langs komen voor een laatste pasbeurt. Ergens valt mijn huidige taak nog altijd te vergelijken met de job van een architect: in beide beroepen is het belang van een uiterst punctuele voorbereiding erg groot. De grootste gemene deler tussen architectuur en mode is dat je van een 2D-tekening naar een 3D-verhaal evolueert met dezelfde blik voor goede verhoudingen, stijl en kleuren.”

M.M.: Wat is de grootste kracht van een mooi maatpak?

“Het is geen trendgebonden product, maar iets waar je blijft draagplezier van hebben. Zowel voor eerder klassieke als extravagante dames kan je telkens een mooi broekpak of tailleur op maat maken, aangevuld met persoonlijke accessoires. Essentieel daarbij is het kleur- en stijladvies. Die service staat zelfs voorop. Het komt erop aan mensen goed te kunnen inschatten.”

FICHE KATRIJN MANNAERTS

Functie: zaakvoerder Fil Rouge.

Studies: architectuur.

Visie: “Mode is een levenshouding die een nieuwe soberheid nastreeft als uiting van bewust ethisch consumeren.”

Mooiste realisatie professioneel: “De uitbouw van Fil Rouge. Dit is echt mijn geesteskindje.”

Mooiste realisatie privé: “De goede band met mijn lieve kinderen.”

Vrije tijd: “Mijn hobby is mijn beroep geworden. Daarnaast geniet ik van mijn kinderen, een leuk sociaal leven, op reis gaan en hardlopen in de natuur.”

Als kind wilde ik worden...: “Modeontwerpster heeft altijd wel ergens in mijn achterhoofd gespookt.”

Onmisbaar voor mijn werk: “Positivisme, een goed humeur en een aangenaam persoonlijk contact met de klanten.”

Boek op mijn nachtkastje: “Taoïsme, de weg om niet te volgen van Patricia de Martelaere.”

Favoriete vakantiebestemming: “We trekken altijd ergens anders naartoe, genieten er vooral van om de natuur en een mix van culturen op te snuiven.”

Tip voor vrouwelijke ondernemers: “Geloof volledig in je product zodat je er je altijd mee kan vereenzelvigen. Pas dan kan je er helemaal je passie in kwijt en ervoor staan.”

Bart Vancauwenberghe