

Kruistocht in bikerboot

Zeg A.F. Vandevorst en veel mensen zien een stoere laars voor zich. 25 jaar later is de iconische X010 terug. ‘Klanten bléven er maar naar vragen.’



Filip Arickx en An Vandevorst

Tekst **Natalie Helsen**

‘Voor mij begon de liefde dankzij een vriendin. Prachtige bruine, halfhoge laarzen had ze. Tot enkele jaren geleden vond je ze nog goedkoop op Vinted. Mijn eerste paar, in bruine, bijna kaki, suède, tikte ik voor amper 75 euro op de kop. Daarna wou ik nog de zwarte, en op den duur kon ik niet meer stoppen.’ Kee Keisers maakte de beginjaren van A.F. Vandevorst niet bewust mee, en al helemaal niet de lance-

ring van de X010-laars. Ze zat nog in de luiers toen het rood geborduurde kruisje op de linkerkuit van de stoere schoen – die het midden houdt tussen een paardrijlaars en een bikerboot – een subtiel teken van herkenning was voor vrouwen, en sommige mannen, die van Belgische mode met een intellectueel kantje hielden. In 2000, toen de X010 op de markt kwam, moest Keisers, nu 24, nog geboren worden. Vandaag heeft ze zeven paar in haar kast staan: ‘Onlangs vond ik nog een ongedragen wit paar bij Rozier41. De donkerbruine laarzen draag ik bijna dagelijks: onder een short of onder een strak jersey-jurkje, bijna alles gaat.’ Het maakt haar tot een van vele Gen Z’ers die, nét zoals eerdere generaties vrouwen, de multifunctionele laars onmisbaar gingen vinden. Dat de interesse de laatste jaren explodeerde, voelt ze aan de spanning op tweedehandsplatforms zoals Vinted en Vestiaire Collective, die ze religieus op nieuwe paren controleert: ‘Vroeger kon je nog enkele dagen twijfelen over een aankoop, vandaag zijn de boots binnen de kortste keren de deur uit.’



De originele X010-laarzen van A.F. Vandevorst.

Gezien op TikTok

Het is exact wat ook Nathalie Wlostowski opmerkte. Al sinds 2015 verkoopt ze via haar vintagewebsite Vaniitas veelal avant-garde Belgische ontwerpers, maar haar wachtlijst voor vintage X010’s van A.F. Vandevorst gaf ze – net als die voor Ann Demeulemeesters Triple Lace-boots – ondertussen op: té veel interesse. ‘Jongeren en Amerikanen die eerder nog nooit van A.F. Vandevorst hadden gehoord, slaan vandaag bliksemsnel toe. Stukken die ik zelf op de laatste A.F. Vandevorst-stocksale op de kop kon tikken – een event in 2020 waar, op de Belgische incrowd en de fans na, overigens bijna géén jongeren aanwezig waren – vliegen vandaag de deur uit.’ Volgens haar valt dat te verklaren door de populariteit van vintage mode, de schaarste van een merk dat niet meer in productie is én de onmiskenbare visuele identiteit van A.F. Vandevorst: de opvallende ontwerpen van zowel de kleding als de accessoires én het subtiel maar toch erg opvallende logo zijn superherkenbaar in de rechthoekige wereld van TikTok en Instagram. ‘Vergelijk het rode kruisje in die zin met de stiksels van Martin Margiela’, zegt de archiviste. ‘Wanneer een post met archiefstukken van Vandevorst vandaag viraal gaat op TikTok, hebben ineens twintigduizend mensen ook dat rode kruisje gezien.’ Die evolutie is qua timing nochtans interessant, want zoals Wlostowski al zei: het Belgische modelabel A.F. Vandevorst hield er in 2020 mee op. Toen ze het steeds moeilijker kregen met de dynamiek van het modesysteem, hielden An Vandevorst en Filip Arickx de eer aan zichzelf en trokken ze de stekker eruit. ‘We zijn tot de conclusie gekomen dat het niet langer lukt hetzelfde niveau van creativiteit te bereiken, ons te kunnen concentreren op het vertellen van verhalen in plaats van op het product zelf, en om te werken op de manier die ons altijd heeft onderscheiden’, klonk het toen in *Women’s Wear Daily*. 22 jaar eerder waren ze samen in het project gestapt. Ze leerden elkaar kennen aan de Antwerpse Modeacademie, werden een koppel en zouden eerst beiden bij ‘De Belgen’ aan de slag gaan – An als eerste assistent bij Dries Van Noten, Filip als stylist →



Collectie lente-zomer 2017 met de befaamde boots.

bij Dirk Bikkembergs – alvorens ze in 1998 de stap zetten om onder de naam A.F. Vandevorst hun eigen merk op te richten. Vanaf dan werd hun gemeenschappelijke fascinatie voor oude hospitalen, uniformen en paardrijcultuur de rode draad van hun kleding, accessoires, schoenen en zelfs ondergoed. Het rood geborduurde kruisje van hun logo? Een knipoog naar de oude ziekenhuizen. Maar hoe onschuldig het kruisje ook leek, wat er op de catwalks gepresenteerd werd zorgde voor rode oortjes. Fetisjelementen waren nooit ver weg: korsetten, torenhoge laarzen, militaire inspiratie, dominantie en submissie.

Filip, nee!

Al snel werd de Xo10-laars een vast onderdeel van hun vocabulaire, zegt Filip Arickx. 'We wilden iets waarin zowel het karakter van de paardensport als dat van de motorwereld zat, maar dan van zoveel mogelijk franjes ontdaan', herinnert hij zich. 'De sterkte van onze schoenen was altijd al dat Anneke alle schoenen eerst in haar eigen maat ontwierp en zelf uitvoerig testte, om zich ervan te vergewissen dat

'Toen we stopten, waren er heel wat fans die nog snel meerdere paren kochten'

Filip Arickx

alles zat zoals het moest.' Grappig detail: dat de laars Xo10 werd gedoopt, is louter het gevolg van de nummering waarmee Vandevorst en Arickx alle ontwerpen catalogiseerden. Alle hemden kregen een nummertje, voorafgegaan door de C van chemise. Schoenen werden met een X genummerd; de Xo10 is dus het tiende ontwerp. Indrukwekkend om de tijdloosheid daarvan te beseffen, wetende dat An honderden schoenontwerpen voor A.F. Vandevorst bedacht. 'Al vanaf de eerste stylings en presentaties merkten we dat de laars een blijver zou worden', zegt Arickx. 'Klanten vertelden ons hoe ze hun laarzen elke dag, van

's ochtends tot 's avonds, droegen.' Toen A.F. Vandevorst vijf jaar geleden stopte, waren er heel wat fans die nog snel meerdere paren Xo10-laarzen kochten. 'Ze zeiden dan: "Zo kunnen we de rest van ons leven nog verder"', herinnert Arickx zich. Bleek dat het onvoldoende was om die honger te stillen: 'Mensen bleven ons maar zeggen: "We missen jullie laarzen." Of: "Ik vind geen schoenen meer." "Ik moet zo zuinig op mijn laarzen zijn omdat jullie ze niet meer maken", ook. Dat, gecombineerd met de interesse van nieuwe generaties, zette Arickx aan het denken. Hij nam contact op met voormalige klanten, ging de markt nog dieper onderzoeken en besepte dat 'tussen enerzijds sneakers en anderzijds rodeloper-schoenen, er in het tussensegment nog maar héél weinig schoenen van echt goed materiaal bestaan'. En dus begon het te kriebelen... Niet dat het echtpaar ondertussen niets anders omhanden had. 'Maar allez, Filip, nee, dat gaan we toch niet doen!' zou An uitgeroepen hebben. Vandevorst is vandaag hoofd van de modeafdeling van de bekende Polimoda-school in Firenze, waar ze de helft van haar tijd doorbrengt, en waar ze zich ontpopte als dj. Arickx verdiepte zich dan weer in de stiel van het ambachtelijke glasblazen (*Nightfall, de lijn glazen designer-sekspeeltjes, is een van de vele uitwassen van die passie, red.*). En dus offerde Arickx een compromis: 'Ik zou de contacten opnemen, de fabrikanten bellen. En op tijd en stond sparren en brainstormen we samen.'

Krak hetzelfde

Zo komt het dat in juni plots een sample van de originele Xo10 met hoge schacht bij de Antwerpse high-end boetiek Louis stond te blinken: volledig handgemaakt, met leer gevoerd, rood kruisje op de kuit. Via verschillende voormalige verkooppunten – ook Stijl in Brussel en La Bottega in Hasselt – kun je de Xo10 vandaag preorderen. Het ontwerp is krak hetzelfde als het origineel, net als de producenten – een belangrijke voorwaarde om met dit experiment te starten. 'De relatie met onze fabrikanten uit de Italiaanse Marke-regio is meer dan dertig jaar oud', zegt Arickx. 'Anneke werkte zelfs al vóór A.F. Vandevorst met hen samen. Sommige mensen daar kennen we nog van toen ze baby waren.' Dat heeft een menselijke component, maar ook een erg praktische: 'Zij →

wéten met welke zolen en welk leer we werkten, hoe de voering gemaakt moet worden, de manier waarop de hak ineen zit. Al die kennis is nodig om dezelfde kwaliteit te garanderen.'

Met een prijs van 950 euro zitten de boots in het duurdere segment, maar wanneer je de prijzen met andere grote merken vergelijkt, springen ze er zeker niet uit. 'Zowel wij als de producenten deden qua financiering wat water bij de wijn', zegt Arickx. Zo konden ze de boots onder de duizend euro op de markt brengen. 'Het is niet de bedoeling om hier veel winst op te maken.' Zelfs nog voor het eerste paar geleverd werd – in september komen de eerste exemplaren eraan – gaat het hard: er werden al drie nieuwe productierondes in Italië ingepland om de presale productie rond te krijgen. Tot in Georgië en Oekraïne sprongen voormalige verkooppunten mee op de kar. Ook het Londense Dover Street Market tekende in, terwijl ze hiervoor nooit A.F. Vandevorst verdeelden, vertelt Arickx: 'Dat zij erin meestappen, louter op basis van de reputatie van onze kwaliteit, wil wel wat zeggen.'

Empowering

Interessant is ook wie de nieuwe paren zal kopen – 'een jonger publiek', schat Arickx in – want de X010 staat bij fans bekend om z'n duurzaamheid. Christel Van Miert, voormalige storemanager van de vroegere A.F. Vandevorst-winkel en vandaag bij Souâd Feriani in Antwerpen aan de slag, loopt nog steeds elke winter op haar oude boots rond: 'Iedereen kent me zo. Ze zijn makkelijk te stylen en de hak heeft de perfecte hoogte, zeker voor een vrouw die, zoals ik, de vijftig voorbij is. Ik kan er de hele dag op staan.'

Het paar dat Michael Schwartz nog steeds met veel plezier draagt, is meer dan twintig jaar oud en dateert van toen hij nog *press officer* voor A.F. Vandevorst was. Vandaag is hij de internationale persagent van Dries Van Noten, maar trotseert hij nog steeds graag de Parijse straten in zijn X010's. 'Van in het begin voelde A.F. Vandevorst als een *insider's brand* aan, nooit bedoeld voor massaproductie, maar eerder gemaakt voor wie zichzelf echt via kleren uitdrukte. Het was ook altijd een erg discreet merk. Iemand zei me dat onlangs nog: de grootste luxe van vandaag is privacy, en in die zin maakten ze voor mij echte luxe: discreet, iets waarnaar je op

'Na twintig jaar in wind en regen worden mijn laarzen nog elk seizoen mooier'

zoek moet. Nog voor ik de X010's zelf begon te dragen, had ik het rode kruisje al laten tatoeëren op mijn linkerkuit omdat ik mijzelf altijd met hun verhaal verbonden wou voelen. Ik voelde me zo aange trokken tot hun krachtige silhouetten die tegelijkertijd ook zachtheid uitstraalden. Het beste aan mijn X010's is dat ze in elke zin tijdloos zijn: na twintig jaar in wind en regen worden ze nog steeds elk seizoen mooier. En tot op heden blijven ze tijdloos, onder een tot de enkel omgeplooid broek of onder een baggy exemplaar. Schoenen beïnvloeden niet alleen hoe je

stapt, maar ook hoe je je voelt: ik ben zelf niet van de grootste, maar dankzij de kleine hak voel ik me zo anders wandelen, trotser. Dat is erg empowering.'

Hoewel de X010 momenteel enkel tot maat 41 kan worden besteld, werd de schoen van oudsher al niet alleen door vrouwen gedragen, herinnert Schwartz zich. 'Backstage liep bijna de hele A. Family – zo noemde ik ze graag – in X010's rond!' Al zou hij de beschikbaarheid van grotere maten in de toekomst wel toejuichen: 'Na twintig jaar heb ik mijn 41 tot een 43 kunnen oprekken.' (*lacht*) Of dat ervan komt, valt nog te bezien. 'Dit is allemaal begonnen als een one-shot-idee', tempert Filip Arickx de verwachtingen lachend. Voor alle duidelijkheid: kriebelen om weer met mode te beginnen doet het al helemaal niet bij het echtpaar. 'Gek. Al die seizoenen, de producten, het ritme. Laat dat maar over aan de merken die vandaag goed bezig zijn en furor maken. Zoals het nu is, vind ik het heel plezant. We zien wel weer waar we hierna uitkomen.' ●

Campagnebeeld
lente-zomer 2020.

