

Stijltherapeut Tim Gunn: 'Ik ben geen modedictator'

09 juni 2009 / VK Banen / Ivo van Woerden

'Met mode laat je zien wie je bent', zegt de Amerikaanse zelfbenoemde stijltherapeut Tim Gunn (55) en hij wijst op zijn paars met roze gestreepte stropdas. Gunn werd wereldwijd bekend als de stijve, altijd in pak gestoken grijsaard van het populaire realityprogramma Project Catwalk. 'Ik voel me hier nou eenmaal prettig in.' De stropdas is vandaag zijn poging om iets 'speels' toe te voegen aan zijn conservatieve, zakelijke outfit.



Stijltherapeut Tim Gunn

Het programma dat in Nederland door RTL 5 wordt uitgezonden en ook een Nederlandse versie kent, draait om opkomende modeontwerpers die iedere aflevering in korte tijd een opdracht moeten uitvoeren. De drie finalisten mogen hun collectie laten zien tijdens de Fashion Week in New York en kunnen onder meer 100.000 dollar winnen om hun eigen lijn te ontwikkelen. Gunn begeleidt de groep. Naast supermodel Heidi Klum is hij daarmee het gezicht van het programma en dat blijft hij tot het bittere eind. Gunn: 'We gaan zeker nog tien seizoenen maken.'

In eerste instantie klopten de producenten van Project Catwalk alleen voor advies bij hem aan. Gunn was toen hoofd van de mode afdeling van de prestigieuze Parsons School of Design in New York, dat modegrootheden als Marc Jacobs en Isaac Misrahi heeft voortgebracht.

WIE IS TIM GUNN?

Geboren: 29 juli 1953 in Washington.

Opleiding: Beeldhouwkunst aan Corcoran College of Art & Design.

Carrière: 1983 start bij Parsons School of Design in New York. 2000 hoofd van het Fashion Department. 2004 mentor bij televisieprogramma Project Catwalk. 2007 chief creative officer bij Liz Claiborne. 2007 boek: Tim Gunn: A Guide to Quality Taste and Style. 2007 tv-show Guide To Style. Werkt sinds die tijd aan verschillende shows mee, zoals Oprah Winfreys' talkshow en The Biggest Loser (de Amerikaanse Afvallers XL). Gunn is single.

'De producenten wilden horen wat ik van hun programma-idee vond', zegt Gunn. 'Later zochten ze iemand die de ontwerpers kon begeleiden, een mentor. En ze dachten aan mij.'

Gunn zou buiten de camera zijn advies aan de ontwerpers geven, tot de producenten besloten dat het leuker was om hem in beeld te brengen. Hij werd op slag bekend als iemand die weet wat een goed ontwerp is en groeide uit tot stijltherapeut met een eigen handboek – Tim Gunn: A guide to quality, taste and style – en een eigen tv-show: Guide to Style.

Stijl gaat volgens hem niet alleen over mode, maar ook over hoe iemand zijn huis of kantoor heeft ingericht. Gunn's werkruimte bevindt zich op de vijfde etage van een complex op Broadway in New York, vlakbij de reclamehysterie van Times Square en vlakbij Bryant Park, thuishaven van de New Yorkse Fashion Week.

Er hangen meerdere portretten van Gunn zelf aan de muur en er liggen stapels boeken over de mode-industrie. Gunn loopt een rondje en wijst op foto's van hem met Oprah Winfrey en Heidi Klum. Op zijn bureau staat een porseleinen boekje met daarop de uitspraak 'Doe het! Stel niets uit. Morgen begint vanavond!' Hij startte er zijn lessen bij Parsons mee. Tijdens die lessen kwam hij op de slogan die inmiddels net zo bekend is geworden als Gunn zelf, omdat hij die elke aflevering van Project Catwalk wel even voorbij laat komen: 'make it work!'

Weet u nog wanneer u 'make it work' voor het eerst gebruikte?

'In 2001 tijdens één van mijn lessen bij Parsons. Mijn studenten werkten al maanden aan een collectie. Ze hadden hun ontwerpen zelfs al met modellen doorgepast. Twee leerlingen zeiden ineens dat ze niet tevreden waren over hun hele collectie en dat ze opnieuw wilden beginnen. Ik zei: 'Dat gaat niet gebeuren. Ik kan zien dat dingen niet uitpakken zoals je had gehoopt, maar je moet de bestaande omstandigheden gebruiken en 'make it work'. Kijk maar hoe je met de patronen vecht en met de stof worstelt.'

Als je als ontwerper geconfronteerd wordt met iets dat niet loopt zoals je wilt, moet je je creativiteit aanboren. Daar leer je zoveel meer van. En als het voorbij is, bedanken ze me voor mijn advies. Ze huilen en realiseren zich waarom ze van mij door moesten gaan. Tough love.'

U vindt het fijn om zo streng te zijn?

'Ik ben eerder rechtvaardig. Dat is hoe ik werk. Als er onduidelijkheid en consternatie is, als iedereen bang is om een fout te maken, dan weet je dat de situatie onwerkbaar is. Er is geen groter tegengif dan de waarheid.'

Dat kan hard aankomen.

'Je kunt de waarheid zo zeggen dat mensen vast komen te zitten in plaats van gestimuleerd worden. Dan ziet iemand je als negatief en gemeen.

Wat ik doe is een beetje twijfelen en dat laten merken. Dan vraag ik om een toelichting: waar ben je mee bezig, waar wil je naartoe? Vaak weten mensen al dat er iets mis is en als je dat uit ze kunt halen, heb je een hele andere verhouding in een gesprek. Als ze zeggen dat er iets mis is, zeg ik: 'it's make-it-work-time'. Wat ik absoluut nooit zou doen is tegen mensen zeggen wat ze naar mijn mening moeten doen, dan wordt het mijn werk. Ik wil juist dat ze begrijpen waar ze mee bezig zijn.

Hetzelfde heb ik voor de klas toegepast. Tijdens mijn lessen komt 35 procent van mij en 65 procent vanuit de leerlingen. Het moet een wisselwerking zijn. Het is hun eigen verantwoordelijkheid om er wat van te maken: zij zijn de sterren van hun eigen leven.

Dat is het mooie aan een programma als The Biggest Loser (de Amerikaanse versie van De Afvallers XL, red.). Ik werd daar gevraagd om de deelnemers die tientallen kilo's waren kwijtgeraakt te helpen met hun nieuwe look. Het was geweldig. Alsof het diabeten in een snoepwinkel waren en ik de hele tijd kon zeggen: 'éét die chocola.' Oh, ik word weer helemaal emotioneel als ik eraan denk.'

Tim Gunn werd op 29 juli 1953 geboren in Washington. Zijn vader was een FBI-agent en zijn moeder werkte bij de bibliotheek van de Amerikaanse inlichtingendienst CIA. Gunn was een eenzaam kind. 'Ik stotterde verschrikkelijk', zegt hij. 'Daardoor was ik heel introvert. Ik viel een beetje buiten de boot en was ook altijd de laatste die werd gekozen als er teams werden samengesteld bij gym. Ik leerde om op mezelf te zijn en dat vond ik fijn. Ik vermaakte me met lezen en tekenen. En ik bouwde de hele dag met Lego. Nu krijg je er mooie voorbeeldplaten bij van piratenschepen en ruimteschepen, maar vroeger waren het gewoon dozen met steentjes erin. Zo begon ik met vormgeven.'

Hoe heeft uw jeugd u gevormd?

'Ik ben er heel gevoelig door geworden. Ik voel ook altijd sympathie voor underdogs. Eigenlijk voor iedereen die wel eens een moeilijkere periode doormaakt. Ik leef met hen mee.'

COMFORT VALSTRIK

'Een van de grootste modeproblemen van Amerika is het niet kunnen vinden van de juiste maat. Mensen dragen kleding die vaak te groot voor ze is, omdat ze er zich op hun gemak in voelen. Maar dat staat verschrikkelijk.

Ik vind het onzin als mensen zeggen dat ze niets om mode geven. Je moet toch iets aandoen. Bovendien geef je er een signaal mee af. Als ik op een verjaardag kom en iemand voor het eerst zie, maak ik een inschatting. Je ziet van welk geslacht iemand is en daarna wat ze aanhebben. Mensen zeggen dat je een boek niet op zijn kaft moet beoordelen, maar tegelijkertijd is dat wat iedereen doet.'

GUIDE TO STYLE

'Ik heb in Amerika een eigen tv-show gehad, Guide to Style. Daarin assisteerden we bij make-overs. Wat we níet deden was tegen mensen zeggen wat ze volgens ons aan moesten doen, om zo etalagepoppen van ze te maken. We gaven ze wél handvatten en verder moest het uit henzelf komen. Zo werden ze onderdeel van hun eigen transformatie en daarom waren ze vaak overgelukkig als de make-over klaar was.

Mensen vragen mij altijd: ben je niet bang dat ze die nieuwe stijl gelijk weer laten vallen? Nou, helemaal niet. Het is een keuze die ze maken. Als ze ervoor kiezen om het los te laten, dan weten ze in ieder geval hoe het ook anders kan.'

Wat ziet u als u zelf in de spiegel kijkt?

'Ik ben een traditionele klassieke man. Maar ik probeer soms heus wel andere stijlen uit, hoor. Pas zag ik bij iemand een pochet. Dat heb ik ook geprobeerd. Toen ik naar mezelf in de spiegel keek dacht ik: 'Oh my god, ik zie eruit als een circusdier. Ik ben er gelijk mee gestopt.'

Gunn studeerde aan het Corcoran College of Art & Design voor beeldhouwer. Maar er zijn maar weinig mensen die een echte Tim Gunn in de tuin of in de hal hebben staan, want hij ging al snel na zijn studie aan de slag als onderwijzer bij hetzelfde Corcoran. In 1983 verhuisde hij naar New York toen hij bij Parsons aan de slag kon.

'Gek genoeg kreeg ik daar pas mijn echte designopleiding', zegt Gunn. 'Ik begon er met een snobistische houding. Ik vond ontwerpers geen echte kunstenaars, maar meer technische vaklui. Tot ik in gesprek raakte met mijn baas over het creatieve proces en hij een vergelijking trok met het werken als beeldhouwer. Ik zal zijn opgeheven vingertje nooit vergeten. Daarna volgde een openbaring: het grootste verschil is dat een kunstenaar zijn eigen klant is, terwijl een modeontwerper iemand ánders als klant heeft. Een kunstenaar probeert zijn eigen probleem op te lossen en een ontwerper die van een ander.'

En er was meer. 'Een kunstenaar kan jaren aan een opdracht werken en een modeontwerper moet verschillende seizoenen tegelijk

creëren. Er is een deadline! En wat is een grotere eer dan als iemand jouw ontwerp niet alleen aanschaft, maar ook draagt? Ik weet nog dat een van mijn studenten stage liep bij een tassenontwerper. Op een dag kwam ze mijn kantoor binnenstormen en zei: 'Iemand op straat draagt mijn handtas!' Dáár gaat het om, dat gevoel is waar je het voor doet.'

Is dat de reden waarom u bij de finale van Project Catwalk meestal een traantje wegpinkt? Omdat twee van de drie finalisten dat gevoel niet gaan meemaken?

'Ik geloof in ze en ik voel me verschrikkelijk rot als een kandidaat het niet haalt. Hier ligt hun kans en ze hebben er zo hard voor gewerkt. Een gedeelte van mijn emotionele reactie bestaat trouwens ook uit vreugde. Ik ben zo trots op ze. Het zijn zulke bijzondere mensen...' Hij zucht. 'Ik raak weer ontroerd als ik over ze praat. Ik zou ook nooit kunnen doen wat zij doen.'

Waarom niet?

'Vergeet even het creatieve aspect van het programma, maar de fysieke en emotionele tol die zoiets vraagt zou ik niet aankunnen. Voor zo'n jury staan en weten dat het een dodenmars is, dat er eentje weg moet. Die stress.'

Hoe ontspant u?

'Ik lees heel veel boeken. En ik loop graag door de stad. Door de parken. Het inspireert me. Bij ieder stoplicht staan er veertig mensen die er allemaal anders uitzien.'

Het klinkt alsof u over alles tevreden bent.

'Ik ben gelukkig. Ik werk ontzettend hard, heb zelden een weekend vrij. Ik zou wel een paar uur extra slaap per nacht kunnen gebruiken, maar voorlopig surf ik op een golf en dat hoop ik zo lang mogelijk te blijven doen. Ik weet dat er ooit een einde aan komt en daar houd ik vast rekening mee.

Aan de andere kant ben ik nooit tevreden. Ik zeg nooit: beter dan dit kan het niet worden. Zou de Mona Lisa mooier kunnen worden gemaakt? Vast wel.'

U bent een perfectionist?

'Ja. Ik zou dingen af en toe sneller los moeten laten. Perfectionisme beïnvloedt het creatieve proces. Wat je in een creatie ziet, is altijd het resultaat van de tijd die er was om het te maken. Dingen kunnen nou eenmaal altijd beter. Maar ook voor het gewone leven geldt: 'make it work.'

Sinds tweeënhalf jaar is hij Chief Creative Officer bij het miljardenbedrijf Liz Claiborne, dat 45 modemerken onder zich heeft waaronder Mexx, Kate Spade

en DKNY. Deze functie werd speciaal voor hem gecreëerd, omdat de directeur van het bedrijf dacht dat als Gunn zijn naam aan Liz Claiborne verbond, dit voor een frisse wind in het bedrijf zou zorgen.

Liz Claiborne heeft last van de recessie. In het eerste kwartaal van dit jaar was er een verlies van 65 miljoen euro. Loopt u hier als 'frisse wind' ook langs de ontwerpers bij de verschillende modemerken en zegt u 'make it work'?

'Haha, nee. Ze kunnen mij wel vragen om langs te komen en mijn mening te geven, maar op dit moment ben ik vooral bezig met het pushen van een aantal merken. Mensen kopen nu niet zozeer nieuwe kleding, maar hebben vooral interesse in accessoires. Ik zou nu, tijdens deze recessie, niet snel tegen mensen zeggen: 'Denk je niet dat je een nieuwe trenchcoat nodig hebt?' Maar ik durf ze wel te vertellen dat een enkelbandje een mooie aanschaf zou kunnen zijn. We hebben allerlei modeshows neergezet waarbij we laten zien hoe je met accessoires je basiskleding kunt verfijnen, zodat je er zelfs mee naar een cocktailfeestje kunt.'

Ziet u de recessie als een uitdaging?

'Je moet extra creatief zijn om het aan te kunnen. En dat zie je al terug in de showrooms. Het enige waar ik bang voor ben is dat klanten nu nooit meer het volle pond willen betalen voor een product. Ze zijn gewend dat alles wordt afgeprijsd. Mensen hebben de neiging om anders naar een product te kijken als ze er in hun optiek het volle pond voor moeten betalen. Ze worden kritischer en denken: 'Is dit product deze prijs waard?'

Wat doet u nog meer voor Liz?

'Ik geef feedback van klanten terug aan de merken. Ik werd op een vliegveld aangesproken door een vrouw die zei: 'Ik ben zo blij dat jij bij Liz bent komen werken, want dan wordt dat merk weer leuk.' Ze vond blijkbaar dat het ingedut was.

Ik stelde haar gerust en zei dat ik net de nieuwe ontwerpen had gezien en dat het helemaal goed ging komen. Ik moest gek genoeg in de winkel zijn waar die vrouw haar Liz Claiborne-artikelen koopt en ik was geschokt. Er hingen alleen maar wat ik de 'stomme artikelen' noem in de rekken, alleen de basiskleding en niet de mode. Daardoor dacht die vrouw dat dit een saai merk was. Zoiets ontdek ik bij mijn bezoeken en dat probeer ik aan te pakken.'

Aanpakken lijkt uw tweede naam te zijn. U veranderde het onderwijsprogramma bij Parsons omdat het te ouderwets was om hedendaagse ontwerpers goed klaar te stomen voor het werk. Wat ontbrak er?

'Om er te komen hebben ontwerpers niet alleen een mooi idee nodig. Je moet een businessplan hebben, zakenpartners en een netwerk. Het is gewoon heel moeilijk.

Daarom zie je bijvoorbeeld niet alle deelnemers aan Project Catwalk gelijk in de massa-productie terecht komen, terwijl ze dat soms wel willen. Project Catwalk is een pr-machine om mensen met talent op de kaart te zetten, maar het werkt niet als met Idols, waar iemand kan zingen, zijn of haar naam op een aanplakbiljet wordt gezet en de fans toestromen. Ze moeten zich bewijzen met hun creaties. Het draait dan ook om waar de ontwerpers zichzelf zien en wat hun ambities zijn.'

Wat hebben ze nog meer nodig om succesvol te worden?

'Ik werd aangesproken door een dame en die zei dat ze Project Catwalk zo leuk vond omdat je ervan leert dat als je een goed karakter hebt, de kans groot is dat je er gaat komen. Het leert je dat valsspelen tegen je werkt, dat hard werken resultaat oplevert, dat je moet kunnen samenwerken in plaats van een solo-act zijn. Allemaal kwaliteiten die ontwerpers nodig hebben om te slagen. Je hebt passie en vasthoudendheid nodig, bovenop ongelooflijk veel aanleg en talent. Hoe dan ook, het zal niet uit de lucht komen vallen.'