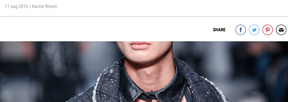
Anneloes van Osselaer: "De copy-paste mentaliteit hier in Beijing verandert"

De Nederlandse ontwerpster is Head of Design bij SELECTED Femme in China

11 aug 2016 / Karine Bloem

SHARE



Sommige designers zijn niet wereldberoemd, maar timmeren wel degelijk hard aan de internationale weg. Zo ook ontwerpster Anneloes van Osselaer, winnaar van Lichting 2008. Zij is namelijk Head of Design van SELECTED Femme in China. "Het cultuurverschil levert nog weleens een confrontatie op."

Buitenlandse avonturen waren Anneloes van Osselaer nooit vreemd. Voordat zij ging studeren aan het AMFI, studeerde ze al mode & design in Milaan en Berlijn. En haar eerste schreden naar een professionele carrière in de mode zette ze bij G-Star International in Amsterdam. Niet geheel toevallig, want in 2008 won ze at de G-Star Raw Talent Award van Lichting met haar afstudeercollectie 'Spuk en Gruseln'. In 2011 besloot ze haar horizon opnieuw te verbreden en kwam ze terecht bij het label ONLY van de Deense moderetailgroep Bestseller. Niet in Denemarken, maar in Beijing in China. Drie jaar later nam ze deel aan de Global Denim Awards waarvoor ze nauw samenwerkte met een Chinese denim weverij. Na een aantal jaar gewerkt te hebben in China was het tijd voor een break. Tijdens haar verblijf op Bali startte Van Osselaer een klein kleding- en lederwarenlabel genaamd ANTS., tot ze begin dit jaar door Bestseller werd gevraagd om het label SELECTED Femme op de Chinese markt te brengen. Nu is ze terug in Beijing en sprak Fashionweek.nl met haar over hoe het werken en leven in China bevalt.

1/2 Voor haar collectie voor de Global Denim Awards werkte Van Osselaer al nauw samen met een Chinese denim weverij

Hoe ben je eigenlijk in China terechtgekomen?

"Ik had nooit gepland ooit in China te gaan werken, maar ik wilde wel altijd heel graag in Tokio wonen. Toen ik door een headhunter werd gevraagd te solliciteren naar een baan in Beijing dacht ik: dan ben ik in ieder geval al een stuk dichterbij Japan! En egentlijk spreekt heel Azië mij heel erg aan, dus het is mooi dat het zo gelopen is."

Heb je de taal moeten leren? Wat is de voertaal in het bedrijf?

"Haha, een gelukkig hoefde dat niet per se! Ik had zelf wel voor voornemen om binnen een jaar vloeiend Chinees te kunnen spreken, maar dat is helaas niet gelukt. Ik heb zo'n drieënhalf jaar een cursus gedaan en ik spreek heel basic Chinees. Genoeg om me te kunnen redden met taxi's, in restaurants en op het vliegveld. Maar binnen de bedrijf is de voertaal Engels, hoewel veel van mijn collega's zo andere afdelingen die taal ook niet helemaal beheersen. Daarom helpt het wel dat ik wat Chinees spreek, zo komen we er over het algemeen, met handen en voeten, gelukkig wel uit."

Wat houdt jouw functie precies in?

"Ik ben verantwoordelijk voor het leiden en managen van het hele designteam, bestaande uit twee verschillende lijnen. Ik creëer een visie voor ons merk, besproek dit met de creative director en vervolgens communiceer ik dit door naar andere afdelingen. Elk seizoen maak ik een creatieve briefing voor de designers en zorg ze zo voor dat wij collecties maken die aansluiten bij onze merkidentiteit en de markt. Ik reis ook regelmatig door China om *store research* te doen, om zo feedback van regionaal en *store* managers te krijgen over de collecties en de verkoopcijfers. Verder reis ik met de designers in Azië naar steden zoals Seoul, Tokio en Hongkong om inspiratie op te doen."

> *"Aziatische bedrijven focussen over het algemeen meer op de korte termijn. De hiërarchie is er enorm sterk en voor westerse werknemers is het vaak lastig hier mee om te gaan"*

Je werkt voor een Deense retailer in Azië. Is dat anders dan wanneer je voor een Aziatische retailer daar had gewerkt?

"In principe werk ik voor een Deense retailer, maar doordat wij collecties maken die zijn aangepast aan de Chinese markt en doordat wij grotendeels Chinese werknemers hebben, is ons bedrijf niet als Deens of Europees te bestempelen. Het topmanagement komt bij ons uit Europa, dus in die zin wordt er redelijk op een westerse manier gemanagd. Ik heb vrienden die voor Aziatische retailers hebben gewerkt en er zijn inderdaad grote verschillen. Westerse bedrijven zijn over het algemeen vrij georganiseerd en doen meer aan langetermijndenken en -plannen. Aziatische bedrijven focussen over het algemeen meer op de korte termijn. De hiërarchie is er enorm sterk en voor westerse werknemers is het vaak lastig hier mee om te gaan."

2/2 Anneloes van Osselaer won in 2008 de G-Star Raw Talent Award van Lichting.

Kun je iets vertellen over de bedrijfscultuur?

"Over het algemeen maken de meeste expats binnen ons bedrijf lange dagen, vooral op de designafdeling. De officiële werktijden zijn van negen tot zes, maar het gebeurt vaak genoeg dat we eerder beginnen en langer doorgaan. Als het nodig is werken we in de weekenden. Omdat wij een westers bedrijf zijn vult het met de hiërarchie wel mee. Bij Aziatische bedrijven is dit heel anders, daar is de hiërarchie juist heel sterk."

Hoe ziet een dag er voor jou uit?

"Geen enkele dag zie er hetzelfde uit. Elke dag staan we weer voor nieuwe uitdagingen en zo blijft het altijd spannend. Meestal lopen dingen anders dan gepland en moeten we improviseren, oplossingen zoeken. Als we dan uiteindelijk tuch bereiken wat we wilden, geeft dat dies te meer voldoening!"

> *"Chinezen werken niet omdat ze ergens een passie voor hebben of omdat ze de ambitie hebben om hogerop te komen"*

Wat valt je het meeste op in de cultuurverschillen binnen het werk?

"De meeste Chinezen hebben een totaal andere werkmentaliteit dan westerse werknemers. Zij werken niet zozeer omdat ze ergens een passie voor hebben, of omdat ze de ambitie hebben om in een bedrijf hogerop te komen. Ze werken hoofdzakelijk om inkomen voor de familie te genieren. Ook vinden ze het vaak moeilijk ergens verantwoordelijkheid voor te nemen. Ze zijn nou eenmaal anders opgeleid dan wij en bepaalde dingen zitten gewoon diep in de cultuur. En wie zegt dat onze westerse werkmentaliteit de juiste is? Natuurlijk is het vaak lastig hiermee om te gaan, omdat er binnen modebedrijven gewoonweg vaak overuren worden gemaakt. Doordat ik zelf heel graag dit werk doe en ik alles zo perfect mogelijk wil afleveren, levert dit nog weleens een confrontatie op. Aan de andere kant van de wereld leven in een totaal ander land met een geheel andere cultuur zorgt ervoor dat je ontzettend veel leert over je eigen cultuur. Je wereldbeeld verandert totaal."

LEES OOK

Lichting: het toppunt van synergie tussen creatief talent en de

Expositie: een overzicht van 10 jaar Lichting

Hoe ervaar je het leven in Beijing?

"Het is enorm interessant om op dit moment in China te wonen in een metropool als Beijing. De stad veranderd en modernisseert in razend tempo. Toen ik vijf jaar geleden aankwam was het zo anders! Elke week zijn er weer onwijs leuke, nieuwe kleine shops, bars, restaurants en *hangouts*. Aan de ene kant is Beijing mega hightech en hypermodern net als Shanghai, Singapore en Hongkong. Maar aan de andere kant zie je die prachtige traditionele *hutongs* waar je de echte rauwe cultuur van Beijing nog volop proeft. Deze *hutongs*, typische nauwe straten in Noord-Chinese steden, worden meer en meer in stand gehouden en er duiken allerlei creatieve initiatieven op. Dit contrast, de snelle ontwikkelingen op allerlei gebieden en het feit dat egentlijk alles mogelijk is in China, maakt het echt te gek dit alles. *Brut hand* mee te maken! Daarnaringen mis ik natuurlijk mijn familie en vrienden in Nederland, de Hollandse nuchterheid, de frisse lucht en de schoonheid van Amsterdam!"

Heb je nog tips voor afgestudeerden die graag in China willen gaan werken?

"Zorg ervoor dat je de Chinese taal leert! Je hebt er later echt enorm veel aan, omdat je vroeg of laat sowieso met China te maken krijgt. Als je de taal eenmaal beheerst, ben je met je Europese opleiding en manier van denken goud waard. China heeft nu al de grootste economie ter wereld en op creatief gebied is er zoveel gaande. Het land staat natuurlijk bekend om de *copy-paste* mentaliteit, maar dit wordt op termijn anders. Dat is nu egentlijk al anders. Chinezen dragen grunge, funky outfits en zijn dol op 'winkelbeleving'. Het feit dat er hier binnen de meeste bedrijven budget is om film of tv te pakken én vraag is naar die beleving, maakt het heel interessant om hier te werken. China is echt een prachtig land met fantastische mensen. Er is ongelofelijk veel te ontdekken!"

SHARE

GERELATEERDE ARTIKELEN

TOON MEER