



Ontwerpster Renate Volleberg

Renate Volleberg

Shoe Design



Schoenenontwerpster Renate Volleberg (48) houdt zich al 25 jaar bezig met het ontwerpen van schoenen voor kinderen, dames en heren. Haar hart ligt bij kinderschoenen en dames met Babouche Baboos als actueel voorbeeld. De ontwerpster aan het woord over haar dromen, het belang van een eigen DNA en het feit dat consumenten niet allemaal kuddedieren zijn.

Als jong meisje wilde ik... graag piloot worden. Helaas ging dat niet omdat ik een bril draag. Toen ontdekte ik dat je brillen moet ontwerpen voordat je ze kunt dragen, zoals alles wat je aan je lijf hangt van tassen, schoenen, sieraden, hoeden, riemen tot horloges. Ik wist meteen dat ik hier over mee wilde denken. Dat moment werd mijn opstap naar de kunstacademie en naar wat ik nu doe.

Op de Art-Ez, Product ontwerpen in Arnhem leerde ik... 30 jaar geleden zoeken naar mijn handschrift, keuzes maken, het ambacht schoenmaken en me specialiseren in schoenen en accessoires.

Mijn signatuur is herkenbaar aan... kleur. Zeker in het begin. Dat resulteerde in heel veel kinderschoenen, zolen en applicaties. Echter in de 25 jaar dat ik werk heb ik meer zwarte dan gekleurde schoenen gemaakt, zeker voor dames. Mijn belijningen op een schoen geef ik iets extra's door een vlechtverwerking, ritsen, plooiën en stiksels. Ik maak meestal comfortabele schoenen en ben niet van de hoge hakken. In mijn carrière heb ik vaak de opdracht gekregen om comfort schoenen jonger te maken of kinderschoenen hipper.

Mijn meest bijzondere collectie van dit moment is van... Babouche Baboos omdat ik in deze collectie naast het product ook alle accessoires heb ontworpen en de Baboos, waarmee je het product kunt individualiseren. Dit maakt het concept uniek en voor mij als ontwerper veel breder.

Het liefst ontwerp ik schoenen voor... kinderen, omdat hier de mode met een vergrootglas benaderd mag worden en er altijd iets extra's op mag. Kinderen staan open voor experimentele dingen. Ook vind ik het leuk om voor dames schoenen te ontwerpen omdat zij altijd dat ene paar echt niet kunnen missen.

Het DNA van een merk is belangrijk omdat... het alles zegt over je signatuur, je handschrift en je geschiedenis. Het is je visitekaartje als

merk. Een DNA is geen vast gegeven, maar moet constant in beweging zijn en vernieuwen. Door op zoek te zijn naar wat je op dat moment nog niet weet, zorg je dat het handschrift van een merk in ontwikkeling blijft. Als merk ken je vaste waarden, maar ben je ook altijd onderweg.

Mijn werkdag begint om... 07.00 uur, misschien maar goed dat er maar 24 uur in een dag zitten!

Bij een inspiratieblok... leg ik in staccato schrift beeld en taal vast. Door deze reminders kan ik het later uitwerken. Dit gebeurt me overal: in de trein, in bed, in het bos en op reis. Later werk ik het uit en gebruik ik het voor de diverse collecties waar ik voor werk.

Musthaves voor dit moment zijn... heerlijk gekleurd! Na al die jaren zwart en bruin mag het weer. Ik houd ook erg van de western look. Ook die zie je ineens weer lekker veel. Je kunt er gekleed en nonchalant mee zijn.

Als ik een schoenenondernemer was dan... zou ik mij onderscheiden. Durf te kiezen in kwaliteit, design, vorm en kleur. Zo vaak ontmoet ik consumenten die hun teleurstelling uitspreken omdat zij hun droomschoen niet kunnen vinden. Het is belangrijk om te beseffen dat consumenten niet allemaal kuddedieren zijn.

Ik droom van... een vreedzame wereld.

En doe de groeten aan... iedereen die van mooie schoenen houdt!

Meer informatie: www.shoedesign.nl

Tekst: Maayke Wensink

Fotografie: Met dank aan ShoeDesign