• *Eind dit jaar hangt de hele collectie van Joline Jolink voor het eerst bij elkaar in een fysieke (tijdelijke) winkel.*

FOTO: MARC DEURLOO

UiT WINKELEN

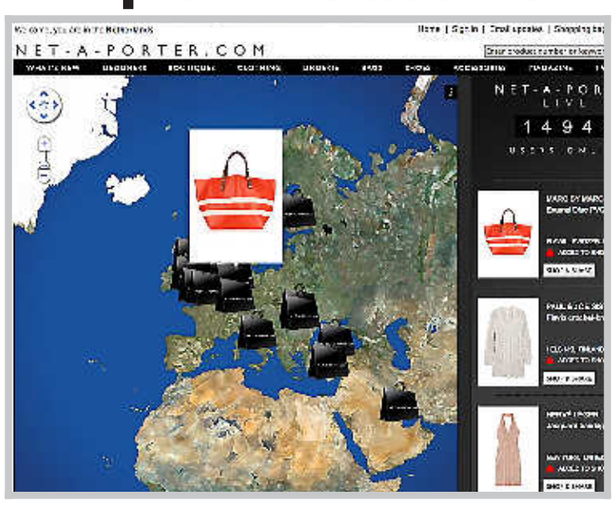
uitwinkelen@telegraaf.nl

Jubileum voor Joline Jolink

Het modelabel van Joline Jolink is vijf jaar geleden opgericht. Dit jubileum viert ze op gepaste wijze. Aan het einde van dit jaar hangt haar nieuwe kledingcollectie dertig dagen lang in een Amsterdamse pop-upstore. De precieze locatie en datum zijn vooralsnog onbekend.

De tiende en tevens jubileumcollectie is er een voor de herfst en winter. Normaal gesproken 'hangt' haar complete collectie alleen in haar webshop bij elkaar, dit is de eerste keer in een fysieke winkel. In een aankondiging vertelt ze dat het haar 'geweldig lijkt een fysieke winkel te openen om het vijfjarig jubileum persoonlijk en met iedereen te vieren. Op deze manier slaan we een mooie brug tussen online en offline.' Meer informatie volgt binnenkort op haar website www.jolinejolink.com.

Online kledingaankopen op wereldkaart



• *Met een klik op de wereldkaart kun je zien welk product waar wordt verkocht.*

De luxe webwinkel Net-a-Porter.com wil online winkelen aantrekkelijker maken voor consumenten. Sinds een krappe week wordt er op de website inzichtelijk gemaakt in welk land welke aankopen gedaan worden. Zo kunnen potentiële kopers bijvoorbeeld zien dat jurkjes populair zijn in Frankrijk, maar dat er in China heel andere kledingstukken in trek zijn.

Wehkamp.nl maakte met 'Spot de Shopper' al eerder gebruik van dit principe. De privacy blijft net als bij Wehkamp.nl gewaarborgd, want bezoekers van de websites kunnen niet zien wie er besteld heeft, maar alleen wát er besteld is.

Op www.net-a-porter.com/live kunnen geïnteresseerden rondneuzen en inzoomen op de wereldkaart om vervolgens te zien wat er gekocht is. Als een bepaald product bij de bezoeker in de smaak valt, kan het meteen in het winkelmandje gesleept worden of gedeeld via social media.

Van volle traditionele souvenirwinkel naar strakke cadeaushop

Veel wit, veel ruimte. Dat is Asia Station, een nieuwe cadeauwinkel op de Geldersekade in Amsterdam. Voor wie de propvolle Chinese souvenirwinkels in Amsterdams Chinatown is gewend, is Asia Station revolutionair. Het geheim: hier staat de tweede en derde generatie Chinese Nederlanders aan het roer.

„Chinees met een twist"

door **GHISLAINE VAN DRUNEN**

• *De eigenaren van Asia Station (v.l.n.r.) Kevin Chow, Chiwah Chow en Peter van Os, pakken hun Aziatische winkel anders aan dan vader en moeder Chow doen in hun naastgelegen winkel.*

FOTO'S: FRANK DE RUITER

,,Onze ouders zijn in China op vakantie, dus we konden lekker onze gang gaan'', grapt Chiwah Chow. ,,Als ze dit zien, zullen ze het vast veel te leeg vinden, zonde van de ruimte. Die moet je opvullen, vinden zij.'' Chiwah (38) en haar broer Kevin Chow (39), zijn samen met Peter van Os (48) oprichter en eigenaar van Asia Station.

De Chows groeiden op in de zaak van hun ouders, boek- en cadeauwinkel Wah Kiu, één deur verder. Die winkel hebben ze voor een deel al overgenomen van hun bijna gepensioneerde ouders. Maar ze zijn niet van plan Wah Kiu te restylen. „De twee winkels kunnen prima naast elkaar bestaan", denkt Kevin. „Sterker nog, ze vullen elkaar aan."

Bij Asia Station kunnen bezoekers terecht voor de laatste trends uit China, Taiwan, Japan, Zuid-Korea, Indonesië, de Filippijnen, Thailand en Vietnam. Hier geen lampionnen, boeddhabeeldjes en wokpannen. Wel vilten laptop- en iPad-hoezen in felle kleuren uit Japan. Eetstokjes die eruitzien als gadgets. En aan de wand jurkjes die iets weg hebben van de traditionele Shanghai dress. „De traditionele Changhai dress vind je wel hiernaast, bij mijn ouders. Hier is het Chinees met een twist", zegt Chiwah. Al benadrukt ze dat het bij Asia Station juist niet alleen om Chinese spullen gaat, maar om mode en gadgets uit heel Azië. Daarvoor houden ze contact met lokale trendspotters. Wat niet in de winkel terechtkomt, wordt wel op de blog besproken.

De winkel werd afgelopen zaterdag officieel geopend, onder het genot van sushi en sake. „Dat was vroeger uit den boze geweest. De vorige generatie heeft de oorlog meegemaakt en de bezetting van China door Japan. Dat ligt gevoelig. De jonge Chinese Nederlanders hebben daar geen last van. Die doen vrolijk aan fusion." Aan het woord is Chang Wong (43), voorzitter van de Dragons Businessclub, een landelijke ondernemersorganisatie die zakelijk contact stimuleert tussen Chinezen, Chinese Nederlanders en Nederlanders in China en Nederland. Wong: „Twintig jaar geleden zou de opening van een Chinese winkel veel Chineser zijn geweest. Met een draak en dergelijke." De concept store Asia Station is voor Wong een logisch vervolg van een trend die al eerder werd ingezet in de Chinese horeca. „Je ziet al een aantal jaren dat de traditionele afhaalchinees, met rode lampionnen en een aquarium, plaatsmaakt voor hippe restaurants met een strakke inrichting. Dat komt doordat de tweede generatie het roer overneemt."

• *Toko Dun Yong is de oudste Chinese toko van Nederland. Deze winkel gaat nog voor veel keus en volume.*

• *Chinees maar dan anders, een tissuebox in de vorm van noedelsoep.*

• *Bekers zoals ze er in het Mao-tijdperk uitzagen. Alleen hadden ze toen geen opschrift. Bij Asia Station dragen ze propagandistische afbeeldingen uit de jaren '60.*

Voor de eerste generatie Chinezen, was de horeca puur overleven, weet Wong. Belangrijke instelling daarbij was: 'Het gaat toch goed, dus waarom zouden we iets veranderen?' Daarom zien alle Chinese restaurants er al jaren hetzelfde uit, meent Wong. „De kinderen van deze horecaondernemers hebben allemaal gestudeerd. Ze hebben een andere visie dan hun ouders. Ze gaan veel meer op zoek naar innovatieve concepten. De concurrentie is moordend in de horeca, dus je moet je wel onderscheiden. Daar zijn de jonge Nederlandse Chinezen zich sterk van bewust. De oudere generatie vindt het prima, zolang er maar geld wordt verdiend", aldus Wong.

Dat denkt ook Kin Ping Dun (36), eigenaar van Toko Dun Yong, de oudste toko van Nederland, gelegen op de hoek van de Geldersekade en de Stormsteeg in Amsterdam. Zijn opa, oprichter van de toko, kwam al in de jaren '20 naar Europa als stoker op koopvaardijschepen. In de crisisjaren trok hij naar Amsterdam, waar hij uiteindelijk in 1957 een kleine kruidenierswinkel opende. Nu beslaat de toko – in de loop der jaren verbreed tot Chinees warenhuis – zes verdiepingen en reikt het imperium Dun Yong tot aan het andere eind van de straat.

„De traditionele Shanghai dress vind je hiernaast, bij mijn ouders"

Dun: „Mijn ouders, die voor mij in de winkel stonden, begrijpen dat we moeten meegaan met onze tijd. Al is onze winkel traditioneler dan Asia Station van de Chows – overigens neef en nicht van mij. Wij gaan voor volume en veel keuze – wel netjes geordend – zij maken juist een strenge selectie, die soms ook maar een paar maanden mee zal gaan. Bij hen gaat het om trends."

Hij vervolgt: ,,Bij ons komen ze van nul tot honderd, veel ook voor de ervaring. Omdat we al zo lang bestaan, is onze winkel een ontmoetingsplek geworden voor de buurt. Dat willen we graag zo houden.'' Dun vernieuwt op een andere manier. ,,Tegenwoordig bieden we kookworkshops. En hopelijk krijg ik groen licht van de gemeente voor een Aziatisch hotel met Chinees cultureel centrum.''

• *Vrolijke kinderjurkjes, ontworpen door een Frans designteam, gebaseerd op de Shanghai dress die normaal door volwassenen wordt gedragen. De stof is wel traditioneel.*

• *De nieuwe broek van de vriend van Ciska Mol zit hem als gegoten. Maar hij moet terug omdat er een gat in zit.*

FOTO: MATTY VAN WIJNBERGEN

„Feest om naar te kijken"

HEBBE DiNG

SOMMIGE aankopen zijn gewoon en toch speciaal. Omdat het artikel al maanden in de etalage lonkt, het onverwacht bijzonder is of omdat het echt verwennerij is. Elke week gaan we op zoek naar een aankoop waar u blij van wordt.

WAT: Broek (met gat)
WIE:Ciska Mol
LEEFTIJD: 32
BEROEP: Groepsleidster moeilijk opvoedbare jongeren
WAAR: Adidas

➤ ***Waarom ben je blij met een broek met een gat?***

„Nou ja, ik ben nu niet echt heel blij. Maar gisteren toen ik deze broek voor mijn vriend kocht wel. Ik vond het een mooie broek, in een mooie kleur en hij staat hem echt heel goed. Een feest om naar te kijken."

➤ ***Maar nu moet je hem terugbrengen?***

„Ja. Het gat zit op de bilnaad. Ik had de achterkant van de broek wel bekeken, maar ik was blijkbaar afgeleid, want ik heb het niet gezien."

➤ ***Was je zo onder de indruk van zijn bilpartij?***

„Ik denk het, ja. Gelukkig zag ik het gisteravond wel, anders had ik ervoor terug gemoeten. We slapen hier namelijk een nachtje in een hotel. Mijn vriend is nu aan het werk, dus heb ik mooi even de tijd om een nieuwe broek te halen."