



Na de geboorte van Faye ontwierp Marloes Hendrickx (33) uit Turnhout een muts voor haar mooie dochter. De grijze en zwarte mutsen staan nu op het punt om de wereld te veroveren. In het Molse maatwerkbedrijf Lidwina maken ze er tientallen per dag.

Tekst: Guy Van Nieuwenhuysen  
Foto's: Bert De Deken, RR

# GOED

## Jonge ontwerpster en Lidwina werken samen aan kindermerk Aai Aai



# GEMUTST





Bij Lidwina in Mol werken twee dames die An heten aan de mutsen van Aai Aai. De ene assembleert de mutsen, de andere naait het woord 'hi' erop.

Bij een modereportage hoort een fotoshoot. En dus ook een fotomodel. Marloes moet niet lang nadenken. Haar dochter Faye, vijftien maanden onder-tussen, is geknipt voor deze rol. “Ze is altijd goed-gemutst”, lacht ze. “Ik kan me geen beter model indenken.”  
 Op de dag van de afspraak zijn mama en dochter snipverkouden. Waterige ogen, snot in het gezicht en ook al snel op mama’s jurk. Maar vooral, de lach ontbreekt. Vanaf het ogenblik dat Marloes haar dochter loslaat, begint deze te wenen. De wanhoop staat in de ogen van fotograaf Bert te lezen. Dit gaat nooit lukken. Marloes haalt alles uit de kast om een glimlach op het gezicht van Faye te krijgen. De tranen verdwijnen even voor de koek die mama uit haar handtas haalt. Na de sessie bekijkt Marloes de foto’s. “Eigenlijk is Faye wel schattig met die *snottepieten*”, zegt ze. “En al lacht ze niet, goedgemutst is ze zeker!” Faye werd geboren op 4 juni 2015. De muts die Marloes ontwierp, ontstond niet veel later. “Uit frustratie”, zegt Marloes. “Ik was op zoek naar een muts voor Faye, maar ik vond alleen exemplaren in alle kleuren van de regenboog. Ik was op zoek naar een neutrale kleur. Zwart, wit of grijs. Daarom heb ik zelf een muts voor haar gemaakt.”  
 Helemaal uit het niets kwam dat idee niet, want Marloes had al eens eerder mutsen ontworpen. “Ik heb pers en communicatie gestudeerd en daarna nog een jaar marketing. Ik heb op enkele marketing-afdelingen gewerkt, maar ik kon daar mijn creativiteit onvoldoende kwijt. In een magazine las ik hoe ik een stoffen knuffeluil kon maken. Dat was de eerste keer dat ik met naald en draad aan de slag ging. Ik

gebruikte watten als vulling, want ik wist niet eens dat er ook andere vulling bestaat. Wat later heb ik een oude naaimachine van mijn moeder gekregen. Daarmee ben ik mutsen gaan maken. Met gezichtjes van monsters op. Monstermutsen, dus. Ik verkocht ze. Dat liep goed. Maar toen ik zwanger werd, ben ik met die mutsen gestopt.”

**Sonja Kimpen**

Na de eerste muts voor Faye was de stap naar de productie en verkoop van nieuwe mutsen snel gezet. “Ik had ‘hi’ op haar muts gestikt en een foto online geplaatst. De reacties waren enthousiast. Ik zat full-time thuis, met een pasgeboren baby. Ik ben niet het type om stil te zitten. Ik had nog een ondernemings-nummer en een naaimachine. Dus waarom niet. Ik vond snel een nieuwe merknaam: Aai Aai, en maakte een Facebookpagina. Het ontplofte vrijwel meteen. Door zijn eenvoud, denk ik. In Scandinavië is het al erg in de mode om kindjes in zwart en wit te kleden. Nederland is er ook al voor gewonnen. Bij ons kijken mensen soms nog raar op.”  
 In februari lanceerde Marloes Aai Aai als merk op Facebook en Instagram. Een maand later ging de

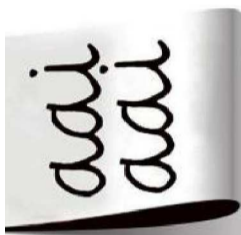
*“Ik bestelde meteen duizend mutsen bij Lidwina. Dit team vertrouw ik blindelings”*





webshop aiaiai.be online. “De eerste bestellingen kwamen binnen. Aanvankelijk met mondjesmaat, tot de grote reseller De Gele Flamingo - die meer dan 50.000 volgers op Facebook heeft - me contacteerde om de mutsen op het eigen onlineplatform te mogen verkopen. Ik stuurde ook een paar mutsen op naar vrienden die wat bekendheid genieten, zoals de zoon van Sonja Kimpen. Hij heeft een zoontje van dezelfde leeftijd als Faye. Zo’n mensen zijn influencers. Als zij een foto van mijn muts op Facebook plaatsen, neemt het aantal bestellingen meteen toe. Wanneer ik dan mijn mailbox open, zitten er plots tien, twintig bestellingen in. Dag na dag. Dat kon ik na een tijdje niet meer alleen aan. Ik heb een vriendin ingeschakeld om me te helpen, maar na een tijdje volgden ook de winkels die mijn mutsen in hun assortiment wilden. Die bestellen dertig mutsen tegelijk. Ik kan heel snel naaien. Ik maak wel vijf mutsen per uur. Maar hier had ik professionele hulp voor nodig.”

Marloes vond die hulp bij het Molse maatwerkbedrijf



Lidwina, waar algemeen directeur Patrick Nelissen ons rondleidt. “Bij Lidwina werken een kleine vijfhonderd mensen, van wie 85 procent een arbeidsbeperking heeft. Ze hebben een kleine achterstand ten opzichte van een reguliere

arbeidskracht, maar we integreren hen wel in het arbeidsproces en we betalen een volwaardig loon.”

**Maatwerk**

Het confectieatelier waar de mutsen worden gemaakt, is een van de zeven businessunits in het bedrijf. Sinds kort hebben die Engelse namen, omdat de klant daarmee vertrouwd is. Packaging is de grootste afdeling. Greenkeeping, de afdeling voor tuinaanleg en -onderhoud legde onlangs zelfs de tuin van bekende streekgenoot Tom Boonen aan. Het naaiatelier is nu de afdeling Needlework. Hier worden de mutsen van Aai Aai gemaakt.

“De opdracht die Marloes voor ons had, paste in onze Lidwina Solutions”, legt Patrick uit. “We zoeken oplossingen voor de klant. De klant die een probleem heeft, is onze beste klant. Want wij leveren maatwerk. Onze mensen zijn goed opgeleid, zoals in een regulier confectieatelier, maar ze leveren maatwerk af. Voor de hele grote series trekken die klanten naar lageloonlanden. Wij maken relatief kleine oplages.” Twee ‘Annen’ werken aan de mutsen. De ene An naait het woord ‘hi’ op de stof, de andere assembleert de mutsen. Hild, de monitrice die de dames aanstuurt, heeft de stof op maat gesneden. “Ik vind het prettig om die mutsen te maken”, zegt An 1, die al acht jaar in het confectieatelier werkt. “Dingen voor kindjes maken, is altijd aangenaam.”

Patrick toont hoe enkele eenvoudige hulpmiddelen verhinderen dat de werknemers fouten maken.

“Poka joke, heet dat. Het is een Japanse term voor een productieproces dat zo is bedacht dat het bijna onmogelijk wordt om fouten te maken. In dit geval gaat het bijvoorbeeld om een plankje waar An touw



Marloes en Faye bij Lidwina.



Huilen met de pet op. Het is niet simpel om model te zijn wanneer je ziek bent.



An 2 werkt geconcentreerd aan de mutsen.





**VERTELPUNT**

Source : CITTA

Keyword : LIDWINA MAATWERKBEDRIJF

Page(s) : 62-67

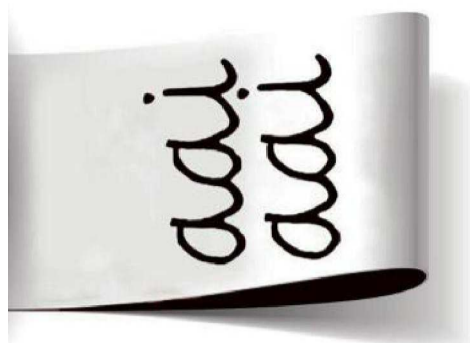
Ad Value : Not requested

Date : 08.10.2016

Circulation : 120928

Frequency : WEEKLY





*“Ik kreeg al aanvragen uit Los Angeles, Duitsland en Zweden. Die internationale belangstelling streelt mijn ego wel”*

rond windt. Als ze dat touw op de rand van de plank afknipt, zijn alle touwtjes voor de pompon van de muts even lang.”

Ook An 2 heeft zo’n poka joke. Daarmee schrijft ze het woord ‘hi’ op de stof, voor ze het lint op de muts naait. “Ik heb de mensen hier een handleiding van een paar A4’tjes gegeven waarin de productie van de muts stap voor stap is uitgelegd”, vertelt Marloes. “Nadat we alles hadden overlopen, heb ik meteen duizend mutsen besteld. Ik vertrouw dit team blindelings, daardoor vind ik het niet erg om dit werk uit handen te geven. Elke keer wanneer ik binnenspring, steken de vrouwen hun hand op en vragen ze hoe het met Faye gaat. Daarna willen ze weten of er nog bestellingen komen. Ja, zeg ik dan. Ik heb net nieuwe wintermutsen ontworpen. De naaisters bij Lidwina kijken ernaar uit om mijn mutsen te maken en dat maakt me blij.”

**Pompon**

De volledige collectie mutsen bestaat nu uit een zwarte, een grijze en twee wintermutsen. “Er zijn ook sjaals bijgekomen. Ik heb nog een sweater- en T-shirtlijn in zwart, wit en grijs met korte statements als ‘duh’ en ‘kleine vedet’ op, maar de eerste reeks is bijna uitverkocht. Stress om nieuwe modellen te maken, dat ken ik niet. Ik had één idee en dat slaat goed aan. De wintermutsen doen het ook al heel goed. De stof is anders, er staat een pompon op. Dus over wat de toekomst brengt, denk ik niet te lang na. Ik ben op 1 april zelfstandig geworden. Dat is geen grap. Ik hoop van Aai Aai een volwaardig merk te maken.”

Dat lijkt aardig te lukken. De mutsen zijn al in zeventien winkels in België en Nederland te vinden. “De meeste winkels hebben mij zelf gecontacteerd. Ik wil niet dat mijn mutsen op elke straathoek te koop worden aangeboden. Daarom screen ik elke aanvraag. De meeste winkels zijn lifestyle- en conceptstores, zoals Charlie’s op de dijk in Knokke of het prachtige Wolf & Wolkje in Antwerpen. In mijn stad Turnhout liggen ze bij Kidsloft.”

“Deze week heb ik - gene zever - een aanvraag gekregen van een winkel in Los Angeles. Er zijn ook aanvragen uit Duitsland en Zweden. Ik heb geen idee hoe ik mijn mutsen wereldwijd kan verkopen. Dat wil ik snel uitpluizen. Die internationale belangstelling streelt mijn ego wel. In België geniet Aai Aai al enige bekendheid. Het merk is opgenomen in ‘Ik koop Belgisch’, een nieuw initiatief van het Flanders Fashion Institute. Daar sta ik te prijken tussen Fred & Ginger en andere sterke Belgische merken.”

Eén model, geen toekomstplannen, maar wel succes-

vol. “Ik heb geen businessplan”, geeft Marloes toe. “Als ik groter word, moet dat er wel komen. Het zal er ook komen, want ik heb duizenden ideeën. Het is de kunst om er de goede uit te halen. Ik ben niet van plan om over een jaar een hele kinderlijn uit te bouwen. Mijn vriend, die een goede kijk op de zaken heeft, adviseert me ook om stap voor stap te werken. Het succes van de ‘hi’-beanies heeft volgens hem zijn hoogtepunt nog niet bereikt.”

Marloes rekent er in ieder geval op dat ze met Lidwina kan blijven samenwerken. “Ik wil koste wat het kost de productie in België houden. Het is zo gemakkelijk om dezelfde muts door Chinezen of Turken te laten maken, waarschijnlijk zelfs voor een prikje. Maar dan staat er ‘Made in China’ op. Dat wil ik niet. Elke muts is uniek, met de hand gemaakt, elke ‘hi’ is er apart opgestikt. Ik kan *quality checks* uitvoeren wanneer het mij uitkomt. Ik wil ook meer benadrukken dat dit product handgemaakt in België is. Ik vind het belangrijk dat we met deze muts ook de Vlaamse economie een heel klein beetje steunen.”

De fotosessie zit er bijna op. Bij Marloes thuis liggen alweer heel wat mutsen te wachten op de verzending. “Ik heb één postdag per week, maar op dit ogenblik zijn het er al twee. De hele dag maak ik postpakketjes. Mijn tafel ligt vaak vol met honderden mutsen.” Patrick Nelissen spitst de oren: “Ook dat kunnen we voor jou organiseren, Marloes. Lidwina Solutions. We hebben de opslagcapaciteit en producten verkoopklaar maken behoort tot de mogelijkheden. Dat is de kracht van een bedrijf dat maatwerk levert.” ■



Faye en vriendje Jean (links) poseren met de wintermutsen van Aai Aai. Die hebben een pompon.

**INFO:**  
Een muts zonder pompon kost 29,90 euro, eentje met kost 34,90 euro. Bestellen kan op [www.aiaai.be](http://www.aiaai.be).

