

LITTLE BOOK OF

# BALENCIAGA

Het verhaal van het  
iconische modehuis Balenciaga

EMMANUELLE DIRIX

LITTLE BOOK OF  
**BALENCIAGA**

Het verhaal van het  
iconische modehuis Balenciaga

EMMANUELLE DIRIX

**KOSM • S**

UTRECHT/ANTWERPEN

# INHOUD

DE VROEGE JAREN .....	07
EEN SPANJAARD IN PARIJS .....	17
DE OORLOGSJAREN .....	35
DESIGNINVLOEDEN .....	53
OP WEG NAAR ABSTRACTIE .....	69
SPAANSE INVLOEDEN .....	89
RELIGIE.....	105
MEESTER VAN HET MODERNE ..	125
WEDERGEBOORTE	
VAN EEN LABEL .....	141
REGISTER.....	156
BIBLIOGRAFIE .....	159



**DE VROEGE  
JAREN**





# DE JONGE VIRTUOOS

Cristóbal Balenciaga werd op 21 januari 1895 geboren als zoon van een zeeman en een naaister in het plaatsje Getaria aan de Baskische kust in Noord-Spanje. Hoewel van eenvoudige komaf was zijn familie zeker niet onbemiddeld, zoals sommige biografen beweren. Zijn vader was burgemeester toen Balenciaga geboren werd en tot aan zijn overlijden in 1906 werkte hij als schipper voor de douane.

**N**a de dood van haar echtgenoot nam Balenciaga's moeder, Martina Eizaguirre, het onderhoud voor haar gezin op zich en begon een klein atelier waar ze de dorpsmeisjes leerde naaien. Daarnaast nam ze opdrachten aan van particulieren, van wie de belangrijkste de markiezin de Casa Torres was. Deze adellijke dame zou haar in de daaropvolgende jaren aanmoedigen en ondersteunen en trad later op als beschermvrouw van de jonge Balenciaga. Het verhaal gaat dat Balenciaga op zesjarige leeftijd zijn eerste kledingstuk maakte: een jas voor zijn kat, en dat hij gefrustreerd raakte omdat het dier tijdens het passen bleef bewegen en steeds wegrende. Om zijn vroege belangstelling voor mode te illustreren wordt ook vaak een verhaal aangehaald waarin hij onbevangen aan de markiezin de Casa Torres vroeg of hij haar wandelkostuum mocht namaken. Ze was blijkbaar zo geamuseerd door zijn verzoek

LINKS Balenciaga, circa 1927.



BOVEN Casino,  
San Sebastián,  
begin 20e eeuw.

dat ze erin toestemde en naar het schijnt heeft ze zijn versie zelfs gedragen.

Het beroep van zijn moeder verklaart veel van Balenciaga's passie voor naaiwerk. Al op twaalfjarige leeftijd, na de basisschool, sloeg hij de weg in naar een professionele carrière als kleermaker. Hij werd leerling kleermaker bij het Casa Gómez in de nabijgelegen stad San Sebastián. Dit beroemde huis was favoriet bij aristocraten, van wie velen een vakantiehuis bezaten in San Sebastián en omgeving. Casa Gómez prees zichzelf in de plaatselijke kranten dan ook aan als 'de belangrijkste kleermaker, keuze van het voorname publiek'. Na een jaar besloot de jonge Balenciaga zijn opleiding te vervolgen bij de kledingzaak New England. Deze was zojuist opgericht door Romeo, Quemada en Villar, drie van de beste kleermakers van Casa Gómez, die blij waren dat ze de jonge veelbelovende student konden meenemen in hun zakelijke avontuur.

Na zijn leertijd ging Balenciaga naar het niet lang daarvoor in San Sebastián geopende filiaal van het Parijse warenhuis Les



Grands Magasins du Louvre, dat, zoals elk groot warenhuis, over een eigen kledingsalon en naaiatelier beschikte. Hij begon er met het maken van dameskleding en klom binnen twee jaar op tot hoofd van de kledingafdeling; geen geringe prestatie voor een achttienjarige. In zijn periode bij Les Grands Magasins du Louvre maakte hij de Parijse haute couture uit de eerste hand mee. Hij woonde speciaal voor warenhuizen georganiseerde modeshows bij en kwam daardoor niet alleen in aanraking met de meest vooraanstaande modehuizen, kopers, leveranciers en afnemers van die tijd, maar verwierf ook een grondige kennis van de zakelijke kant van de mode-industrie. Dat zou hem later goed van pas komen.

In 1917 opende Balenciaga zijn eerste zaak in San Sebastián die hij eenvoudig C. Balenciaga noemde. Het was een bijzonder gunstig moment om zich als couturier te vestigen, omdat vele aristocraten, gegoede zakenlieden en vertegenwoordigers van de beau monde naar hun zomerverblijven en de luxueuze hotels van San Sebastián en het naburige Biarritz waren uitgeweken om de Eerste Wereldoorlog comfortabel en in stijl uit te zitten. De regio beleefde daardoor een sterke groei in de consumptie van luxegoederen. Behalve voor een grotere markt zorgden de tijdelijke bewoners ook voor een verschuiving van de mode naar Baskenland: veel modehuizen verplaatsten de presentatie van hun nieuwe collecties al snel van Parijs naar de luxe eet- en danszalen van de tophotels in de Baskische regio. Callot Soeurs, Maison Worth, Paquin en Chanel vonden in Spanje een gretig publiek voor hun shows. Deze verschuiving stimuleerde niet alleen de zaken van de plaatselijke couturiers, maar bood mensen als Balenciaga tijdens de oorlog ook de kans om shows bij te wonen en op de hoogte te blijven van het Parijse modenieuws. Omgekeerd hielp het hem bij zijn eigen ontwerpen en kon hij in september 1918 zijn eerste collectie laten zien.

Het ontwikkelen en presenteren van een collectie vroeg om

een aanzienlijke financiële investering, waardoor Balenciaga gedwongen was om investeerders te zoeken. De gezusters Benita en Daniela Lizaso, beiden handelaars, bezorgden hem de nodige fondsen. Binnen een jaar na de presentatie richtten Balenciaga en de Lizaso's het bedrijf Balenciaga y Compañía op, wat erop kan wijzen dat die eerste collectie een daverend succes moet zijn geweest. Balenciaga's samenwerking met de zussen zou zes jaar duren en in deze periode vestigde hij zijn solide reputatie als voortreffelijk vakman en vooraanstaand Spaanse couturier.

In 1925, na een jaar besteed te hebben aan het vinden van solide financiering en medewerkers, presenteerde Balenciaga zijn nieuwe collectie onder zijn volledige naam: Cristóbal Balenciaga. Deze trok de aandacht van een vooraanstaande clientèle, niet in het minst die van koningin María Cristina de Borbón en verschillende andere dames uit de koninklijke familie, onder wie haar kleindochter de Infanta Isabel Alfonsa. De weinige ontwerpen uit die periode die de tand des tijds hebben doorstaan, bieden enkele waardevolle inzichten in Balenciaga's ontwerpprocessen. Net als de meeste buitenlandse couturiers reisde hij jaarlijks tweemaal naar Parijs (in die tijd het epicentrum van mode en goede smaak) om de presentaties van de toonaangevende couturiers (Callot Soeurs, Doucet, Paquin, Chéruit en Redfern, om er enkelen te noemen) bij te wonen en te zien welke kant de mode opging. Vervolgens bouwde hij aan zijn eigen collectie, waarin hij Parijse voorbeelden combineerde met zijn eigen creaties (vaak aangepast aan de voorkeuren van zijn vaste clientèle), en dit alles in onberispelijke snit en met grote precisie en aandacht voor detail uitgevoerd. Interessant is dat zijn creatieve onafhankelijkheid jaar na jaar groeide en vrijwel gelijke tred hield met zijn succes.

Twee jaar later, in 1927, bedacht hij Martina Robes et Manteaux (Martina was de naam van zijn moeder) als tweede merk in een strategie van diversificatie. Dit merk werd met een andere



7 GIJETARIA

El Puerto

Le Port

Foto Gar

BOVEN De haven van Getaria, Balenciaga's geboorteplaats, begin 20e eeuw.

verwijzing naar zijn geliefde moeder, wiens familienaam Eizaquirre was, al snel omgedoopt tot EISA Costura. Zakelijk gezien was dit een geniale zet, waarmee hij in veel opzichten zijn tijd ver vooruit was. EISA verkocht, in tegenstelling tot het modehuis dat zijn eigen naam droeg, modellen die tegemoetkwamen aan de behoeftes en voorkeuren van de lokale clientèle uit San Sebastián. Klanten hadden een mate van inspraak en konden kiezen uit ontwerpen en stoffen, en ze konden de silhouetten laten aanpassen naar hun eigen smaak.

Terwijl EISA vanwege de associatie met haar maker impliciet verwees naar de wereld van de *high fashion* en daardoor zeer gewild werd, drukte het gebruik van minder kostbare stoffen de prijs aanzienlijk. Als gevolg hiervan werden meer dames uit de hogere middenklasse van San Sebastián vaste klant bij EISA. Met dit businessmodel werd meer kleding verkocht tegen lagere productiekosten en de rendementen liepen op. Die werden vervolgens weer gebruikt om de tweejaarlijkse presentatie van Balenciaga's haute-couturecollecties te financieren. Balenciaga

leidde zijn bedrijven met succes vanuit San Sebastián en hoewel ze in veel opzichten samenwerkten (ze showden hun collecties bijvoorbeeld tegelijkertijd), adverteerden ze altijd apart van elkaar in de lokale media.

Toch zou het commerciële succes, ondanks de uitgekende strategie, al snel worden afgeremd door omstandigheden van buitenaf. De proclamatie in april 1931 van de Tweede Spaanse Republiek en de daaropvolgende uittocht van de koninklijke familie had dramatische gevolgen voor zijn bedrijf. Veel van zijn aristocratische cliënten, van wie de klandizie bepalend was voor zijn succes, waren gedwongen te vertrekken en Balenciaga's bedrijf kreeg een flinke klap.

Balenciaga, inmiddels geslaagd ontwerper en gewiekst zakenman, reageerde snel en creatief. In 1932 vroeg hij een vergunning aan om een nieuwe zaak te openen onder de naam B.E. Costura. Vanwege de penibele situatie trok zijn nieuwe zaak de lijn door die hij met EISA Costura had ingezet. Meer dan ooit moest nu worden tegemoetgekomen aan de vraag van de hogere plaatselijke middenklasse om het financieel te redden. Het werd een 'noodoplossing voor een uitzonderlijke situatie' genoemd, maar toen de tijden wat rustiger werden, gebruikte hij deze noodoplossing in zijn voordeel.

In 1933, nadat hij een jaar lang EISA Costura en B.E. Costura tegelijkertijd had gerund, voegde Balenciaga zijn bedrijven samen en opende een nieuwe vestiging in Madrid onder de naam EISA B.E. Costura. Het succes van deze onderneming leidde in 1935 tot de opening van een derde modehuis, ditmaal in Barcelona.

Dankzij zakelijke vernieuwingen in combinatie met uitzonderlijk design gelukte het Balenciaga om zijn modebedrijf tot 1937 operationeel te houden. In het jaar daarvoor was echter de Spaanse Burgeroorlog uitgebroken en uiteindelijk verplaatste Balenciaga zijn werkterrein naar de Avenue George V 10 in Parijs. Daarmee trad hij toe tot de wereld van de Parijse haute couture.

RECHTS Avondjurk  
van zwarte kant van  
Balenciaga, circa 1938.







**EEN  
SPANJAARD  
IN PARIJS**



# BALLING AAN DE AVENUE GEORGE V

In juli 1936 brak de Spaanse Burgeroorlog uit en raakte het leven in Spanje opnieuw ontwricht. In een decennium van veel instabiliteit vormde deze tegenslag voor Balenciaga de druppel. Na de proclamatie van de Tweede Spaanse Republiek in 1931 en de daaropvolgende verbanning van de Spaanse koninklijke familie en haar entourage, was hij al veel van zijn welgestelde opdrachtgevers kwijtgeraakt. Hij voelde aan dat de zaken er niet beter op zouden worden, daar er in Spanje weinig vraag naar dure haute couture was.

**V**anwege de toenmalige gebeurtenissen in combinatie met zijn langdurige verbintenis met de haute couture kwam Balenciaga's verhuizing naar Parijs in 1937 niet geheel als verrassing. Op 7 juli 1937 vestigde hij, samen met zijn Frans-Poolse levenspartner Wladzio Jaworowski d'Attainville, en Nicolás Bizcarrondo, een banneling uit San Sebastián, zijn modehuis aan de Avenue George V op nummer 10. Nog geen twee maanden later presenteerde Balenciaga zijn eerste Parijse modecollectie.

Vanaf de opening van zijn Parijse huis kreeg Balenciaga volop aandacht en lof van de Franse pers. In december 1939 werd hij voor het eerst vermeld in *Vogue* en in het jaar daarop werden zijn ontwerpen er regelmatig getoond. In het julinummet met de titel 'Franse nieuwkomers' wijdde het blad zelfs een hele pagina aan zijn werk,

LINKS Jurk van zijde en fluweel in 19e-eeuwse stijl met jasje (links),  
*Vogue*, oktober 1939.

om de Amerikaanse lezers te laten zien dat hij als een van de ‘nieuwe’ couturiers in de gaten gehouden diende te worden. Binnen een jaar verscheen Balenciaga ook in advertenties van de warenhuizen Bergdorf Goodman en Marshall Fields & Company, die kopieën in licentie van zijn kleding verkochten in respectievelijk New York en Chicago – waaruit ook zijn onmiddellijke artistieke erkenning en commerciële succes aan beide zijden van de Atlantische Oceaan blijkt.

In zijn eerste Parijse jaren werd Balenciaga vaak door de pers aangeduid als ‘de Spaanse ontwerper’, en zijn Spaanse wortels werden als bepalend gezien. In oktober 1938 stond in *Harper's Bazaar* dat zijn gehele eerste collectie een ‘vleugje Spanje’ met zich meedroeg en in september 1939 verklaarde *Women's Journal*: ‘Zijn mooie kleding heeft de warme en kleurrijke dramatiek van zijn vaderland.’

Veel van Balenciaga's werk is schatplichtig aan zijn Spaanse roots en een groot aantal ontwerpen vertoont Spaanse invloeden (zoals ook later in dit boek wordt aangetoond), maar veel van de vroege parallellen die de pers zag, hadden vaak meer te maken met een focus op zijn nationaliteit (hij was de enige Spaanse ontwerper in Parijs) dan op onmiskenbaar Spaanse invloeden. Zijn gebruik van historische verwijzingen werd veelvuldig in verband gebracht met traditioneel Spaanse kleding en/of het werk van de 17e-eeuwse kunstenaar Diego Velázquez. Toch was het pas in de late jaren dertig dat hij enkele ontegenzeggelijk Spaanse kledingstukken maakte (de beroemdste is zijn Infanta-jurk uit 1939) maar zijn latere, naoorlogse productie bevatte pas echt expliciete verwijzingen naar Spanje.

Wanneer Balenciaga's werk ‘Spaans’ werd genoemd, wilden de journalisten misschien eigenlijk zeggen dat zijn ontwerpen vooral bescheiden, sober en ingetogen waren, eigenschappen die vaak ten onrechte met het Spaanse katholicisme in verband werden gebracht. Alleen al in 1939 omschreef *Vogue* bij vier verschillende gelegenheden zijn creaties als ‘sober’, hoewel ze dat niet meer of minder waren dan veel andere ontwerpen uit die tijd. Deze verwarring tussen het historische en het



RECHTS Haute couture van Balenciaga: avondjurk van zwarte wol en satijn, waarschijnlijk uit de eerste Parijse collectie, circa 1937.

Cristóbal Balenciaga wordt gezien als godfather van het conceptuele ontwerp, meester van de vorm en echte modevisionair. Zijn oog voor lijnen, het draagcomfort van zijn kleding en zijn gebruik van stoffen, kleur en volume hebben niet alleen iconische creaties voortgebracht zoals de revolutionaire babydoll-, envelop- en zakjurken, maar hebben de mode van richting doen veranderen.

*‘Haute couture is als een orkest, waarvan de dirigent Balenciaga is. Wij andere couturiers zijn de muzikanten en we volgen de richting die hij aangeeft.’ – Christian Dior*

De invloed van de couturier is nog steeds zichtbaar in het modebeeld en ook het merk Balenciaga bleef na zijn overlijden actueel, geliefd en gedragen. Modedocente en -historicus Emmanuelle Dirix vertelt in dit boek over het werk, het leven en de nalatenschap van de befaamde ontwerper – uiteraard aan de hand van veel betoverend beeldmateriaal. Een waar cadeau voor de fashionliefhebber!

**KOS  
M•S**

NUR 452  
Kosmos Uitgevers,  
Utrecht/Antwerpen



WWW.KOSMOSUITGEVERS.NL