

# second skin

BEURS-  
SPECIAL,  
ZOMER  
2016

**COVERSTORY**

COLLECTIE-PRESENTATIE VAN

**FREYA**

OPENING

**HANRO STORE**

**SPECIAL**

BODYFASHIONCOLLECTIES

LENTE/ZOMER 2016

CYELL

20

SUMMERS

CYELL

SS.2016

T + 31 (0)518-401334 / INFO@CYELL.COM / WWW.CYELL.COM  
FASHION DOME ALMERE, SHOWROOM 1.18



Vakinformatie voor de totale  
Lingerie- en Badmodebranche

**Verantwoordelijke uitgever Nederland:**

GPmedia BV  
Van Schaeck Mathonsingel 8  
6512 AP Nijmegen  
Tel.: +31 (0)24 3246146  
Fax: +31 (0)24 3246144  
E-mail: info@gpmedia.nl  
Internet: www.gpmedia.nl  
www.second-skin.biz

**Verantwoordelijke uitgever België:**

De Mey Micheline  
Eekhoudriesstraat 67  
9041 OOSTAKKER (B)

**Uitgever:**

Peter Peeters

**Redactie:**

Jos Kennis  
j.kennis@gpmedia.nl

**Advertentieverkoop:**

GPmedia BV  
Gerdo van de Peppel (verkoop leider)  
g.peppel@gpmedia.nl  
Mirjam Voots (media-adviseur)  
m.voots@gpmedia.nl  
Tarieven op internet: www.gpmedia.nl

Alle orders worden afgesloten en uit-  
gevoerd conform de Regelingen voor  
het Advertentiewezen, gedeponeerd  
ter griffie van de Arrondissementsrecht-  
banken en bij de Kamers van Koop-  
handel.

**Abonnementen:**

www.gpmedia.nl  
of via info@gpmedia.nl  
Per jaar in Nederland € 42,-  
Per jaar in Europa € 51,-  
Losse verkoop € 10,50

Het abonnement kan elk gewenst  
moment ingaan.

**Vormgeving:**

Studio Intensive  
Telefoon: +31 (0)24 3246140  
info@studio-intensive.com  
www.studio-intensive.com

**Druk:**

Geers Offset (België)

**ISSN:**

1872-9363

© Copyright 2015

Niets uit deze uitgave mag worden  
verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt  
door middel van druk, fotokopie, micro-  
film of welke andere wijze dan ook,  
zonder voorafgaande toestemming van  
de uitgever.



Second Skin besteedt de grootst moge-  
lijke aandacht aan de juistheid van de  
informatie die in het vaktijdschrift wordt  
opgenomen. Fouten zijn echter niet  
volledig uit te sluiten. De uitgever en  
de auteurs zijn dan ook op geen enkele  
wijze verantwoordelijk voor schade,  
van welke aard ook, die is ontstaan als  
gevolg van handelingen en/of beslis-  
singen die gebaseerd zijn op de bedoel-  
de informatie.

## De Visie

De zomer staat bij menigeen in het teken van vakantie. Ver weg of juist in eigen land, in de zomerperiode is er ieder jaar dat moment om tot rust te komen, het werk te laten voor wat het is en er even tussenuit te gaan. De lingeriebranche staat echter verre van stil. Bij ons bleven de persberichten over nieuwe collecties de afgelopen tijd binnenstromen, want volgend jaar wil iedereen er op het strand of in de slaapkamer natuurlijk net zo trendy uitzien als deze zomer.

Een paar zaken die we bij veel fabrikanten terug zien komen is het feit dat er een duidelijk onderscheid is tussen de basiscollectie en de meer 'fashionable' items die daarop een aanvulling vormen. Ook in het interview met de eigenaren van Syl Design, dat in deze editie te lezen is, komt dit terug.

### “Zonder eyecatchers trekt een collectie geen aandacht; droog brood vindt niemand lekker”

Zie het als een belegde boterham: de basiscollectie is dan het brood en de extra items het beleg. De basiscollectie is van fundamenteel belang omdat deze vaak voor wel tachtig procent van de omzet zorgt, maar deze omzet is alleen haalbaar als er ook bijzondere items in de rekken hangen. Zonder eyecatchers trekt de collectie geen aandacht; droog brood vindt niemand lekker.

Dit sluit aan bij een andere trend van de laatste tijd. Door het grote aanbod van producten, zowel basis als bijzonder, wordt lingerie steeds minder als geheel verkocht. Steeds vaker willen consumenten zelf combinaties bij elkaar zoeken en fabrikanten spelen hierop in. Alles kan gecombineerd worden en veel swimwearcollecties omvatten perfect bijpassende tunieks, bandeaux, strandjurkjes, tassen en accessoires. Dat is nog eens een dik belegde boterham!

Met deze overdaad aan prachtige artikelen van veel verschillende merken is er voor ieder wat wils. Daardoor is het natuurlijk lastig om goed het overzicht te behouden. Gelukkig komt het beurseizoen er weer aan, met verschillende beurzen in binnen- en buitenland. In deze uitgave van Second Skin kijken we hierop vooruit en het spreekt natuurlijk vanzelf dat wij u van de nieuwste ontwikkelingen op de hoogte houden. Zowel op second-skin.biz, op social media en in de volgende uitgave van dit vaktijdschrift. Ook zal de nieuwe hoofdredacteur van Second Skin zich in die uitgave aan u voorstellen.

Veel leesplezier en een mooie zomer toegewenst!

*Jos Kennis*

Redactie Second Skin



**P. 10 Interview Sylvia Lammers en Henrie de Nijs, Syl Design**

In 1997 richtte Sylvia Lammers haar eigen lingeriemerk SYL op, dat zich richt op vrouwen die op zoek zijn naar goed passende en tegelijkertijd modieuze lingerie in de grotere cup- en omvangsmaten. De producten van Syl Design zijn inmiddels via meer dan honderd lingeriespecialzaken in Nederland, België en Duitsland te koop. Syl Design produceert op een eerlijke en kwalitatief hoogwaardige manier door alle materialen in Europa in te kopen en ook de daadwerkelijke productie vindt plaats in Europa. Second Skin sprak met Sylvia en haar man en mede-eigenaar Henrie over de lingeriemarkt voor grotere maten, alsmede over de geschiedenis én toekomst van Syl Design.



**P. 51 Aubade: piraten op de Cariben**

Voor de lente/zomercollectie van 2016 heeft Aubade het zeil gehesen en koers gezet naar de Cariben. Veel inspiratie voor de lingerie en badmode van Aubade komt namelijk van deze zonnige eilandengroep. Ook elementen uit het piratenleven bleken een inspirerend thema voor het ontwerpteam van Aubade.

**P. 18 Cyell: Afrikaanse invloeden**

In deze editie van Second Skin is er veel ruimte voor badmode. Eén van de merken waarvan we de nieuwe beach- en swimwearcollectie graag in de spotlights plaatsen is Cyell. De collectie kenmerkt zich door de vele Afrikaanse invloeden, van tribal prints tot originele houten en goudkleurige details.



**P. 24 Event: Opening Hanro Store**

Eind mei gaf lingerie- en nachtmode-merk Hanro een presentatie in het Waldorf Astoria Hotel te Amsterdam wegens de opening van de eerste Hanro Store in Nederland. Aan bod kwamen onder meer de indrukwekkende geschiedenis van het merk en de meest succesvolle producten uit diverse collecties. Het event werd afgesloten met de presentatie van de nieuwe lingerie- en daywearcollectie. Second Skin sprak na afloop met Managing Director Stephan Hohman over de missie van Hanro, de toekomstplannen en het succes van het merk: "Iedereen die voor Hanro werkt, houdt van het merk en de producten."





**P. 28 Coverstory:  
Collectiepresentatie Wacoal  
in Amsterdam**

De 'oohs!' en 'aahs!' waren niet van de lucht tijdens de fashionshow die Wacoal op 29 juni in het centrum van Amsterdam hield. Het was 'full house' in het sfeervolle Tobacco Theater (op steenworp afstand van De Dam) en de gasten genoten zichtbaar van lekkere hapjes en drankjes, muzikale optredens, acrobatiek en natuurlijk de uitgebreide catwalkpresentatie van de Wacoalmerken Fantasie, Freya, Elomi, Huit8, Goddess en b.tempt'd by Wacoal. De lente/zomercollecties van deze merken zijn een goed voorbeeld van de ambitieuze doelstellingen die Wacoal voor de komende jaren nastreeft, zo verduidelijkte Hans Hornemann (General Manager Wacoal EMEA) in zijn openingsspeech.

**P. 40 LingaDore richt zich op nieuwe doelgroepen**

LingaDore kwam voor deze editie met veel nieuws. Natuurlijk is er de introductie van de collectie badmode voor 2016. Hierbij zijn er niet alleen bikini's en badpakken voor vrouwen, maar ook beachwear voor meisjes en mannen. Belangrijk nieuws wat betreft de lingeriecollectie is de komst van de UNI-FIT balconnet-beha, die een aanvulling is op de bestseller van LingaDore: de UNI-FIT T-shirt beha.



**P. 52 Speciaalzaak in beeld: XL Lingerie**

Al meer dan twintig jaar biedt XL Lingerie, gevestigd in winkelcentrum Kronenburg te Arnhem, een uitgebreid assortiment aan lingerie, bad- en nachtmode voor de grotere maten. In een interview vertelt drijvende kracht Sheron van Maanen-Oosterhof over hoe het begon, de onzekerheid bij consumenten met een maatje meer, het team en het succes van XL Lingerie. "Wat we regelmatig horen is dat de mensen onze persoonlijke benadering waarderen. Het doel en tevens ons motto is: behandel de ander zoals je zelf ook behandeld wilt worden."

Roidal



## Zomerdromen met Charlie Choe

Zomerse inspiratie bij Charlie Choe leidde tot de nachtkledingcatalogus voor de zomer van 2016. Het thema Summer Dreams omvat veel bloemenpatronen, 'perfect pop' en 'creature craft'. De pyjamabroeken zijn aangepast tot een trendy model met smallere pijp. Nieuw in de collectie is het big shirt, dat prima samengaat met een print legging.

Vrouwen kunnen kiezen tot het dromerige 'Trend' met bloemen en hartjes of 'Basic' met Charlie's roze gestreepte huisstijl. Voor mannen zijn er verschillende tinten blauw, met streep- of ruitpatronen. Deze trends worden doorvertaald naar de kindermaten.

Meer informatie:

Charlie Choe

Tel. +31 (0)73 5113992

[www.charliechoe.com/nl](http://www.charliechoe.com/nl)



## RJ Bodywear blijft uitbreiden

RJ Bodywear is vooral bekend van het 'pure color' shortje, dat sinds de lancering in 2013 niet meer weg te denken is uit het lingerie-schap. Het assortiment van de in 2007 opgerichte Nederlandse (thermo)ondergoedfabrikant is intussen echter flink uitgebreid.

De bodyfashionlijn is aangevuld met een herenlijn, die bestaat uit boxershorts, trunks en T-shirts. Voor de dames zijn er shirts met korte mouw, lange mouw en body verkrijgbaar. Ook zijn de maten 3XL en 4XL toegevoegd aan het bestaande assortiment. Ten slotte is er nu ook

een kindercollectie. De kleding is al in meer dan 23 verschillende kleuren verkrijgbaar. Al deze producten zijn gemaakt volgens de filosofie om hoogwaardige bodyfashion te produceren die qua uitstraling, kwaliteit, pasvorm en beleving optimaal aansluit bij de eisen die men aan ondergoed stelt.

Niet alleen de collectie blijft uitbreiden maar ook het aantal dealers stijgt, zowel in Nederland als daarbuiten. Inmiddels heeft RJ Bodywear meer dan 250 verkooppunten in Nederland, België en Duitsland.

Meer informatie:

RJ Bodywear

Tel. +31 (0)182 760005

[www.rjbodywear.com](http://www.rjbodywear.com)

## SUSA Spacerlijn 'Acapulco'

### laat de huid ademen

In de lente/zomer 2016-collectie introduceert SUSA Creation de trend om lichte materialen te combineren met functionaliteit. In de nieuwe spacer range 'Acapulco' wordt gebruik gemaakt van spacer cups die ademend, vormvast en superzacht zijn. Hierdoor combineren de 'Acapulco'-producten temperatuur- en vochtmanagement uitstekend met comfortabele cups die veel ondersteuning en een vormend effect geven.

Karakteristiek voor de producten uit de 'Acapulco'-collectie is het eenvoudige maar elegante design waarbij de aandacht getrokken wordt door het borduurwerk op de cups. De lijn bestaat uit drie voorgevormde beha's: met of zonder beugel en een prothesebeha. Alle beha's zijn verkrijgbaar in wit en granaatappel. De geadviseerde winkelvekoop prijs bedraagt €54,95 voor de beugellose beha en €59,95 voor de andere modellen. Er is ook een bijpassende slip voor €24,95.

Meer informatie:

Paul Dohle Lingerie &

Accessoires

Tel. +31 (0)70 381 9944,

[www.pauldohle.nl](http://www.pauldohle.nl)



## Modieus sporten met **Röhnisch**

Röhnisch is een Zweeds merk dat yoga- en sportkleding maakt voor vrouwen die er een actieve levensstijl op nahouden en daar kracht en plezier uithalen. Röhnisch' doel is om de motivatie voor het trainen te vergroten met items die functioneel zijn en er toch stylish uitzien. Onlangs is de collectie voor 2016 gepresenteerd.



De trend voor de zomer is de creatie van dynamiek door donkere kleuren te accentueren met vrolijke felle kleuren. Natuur is een terugkerend thema, bijvoorbeeld door de klaverprint. Voor elke sport heeft Röhnisch een modellenlijn die hierop gefocust is. Ten behoeve de 'mix & match'-mogelijkheden komen daarbij wel steeds dezelfde kleuren en patronen terug.

De 'Training'-lijn houdt rekening met het feit dat de grens tussen trainen en het sociale leven steeds meer vervaagt: de kleding is niet alleen functioneel maar ook stijlvol. Zo hebben de artikelen in deze lijn een slank design en een modieus schemerachtig reliëfpatroon. De 'Running'-collectie is voor vrouwen die zich echt serieus met hardlopen bezighouden.

Zonder stijl uit het oog te verliezen is deze kleding boven alles functioneel. Er is ook een plus-lijn, waardoor er voor vrouwen van alle maten sportkleding van Röhnisch is. De 'Shape' tights, ten slotte, creëren een mooi silhouet terwijl de gaaselementen ventileren, de reflecterende strepen zorgen voor veiligheid in het donker en de fit goed is voor de bloedcirculatie.

Van 9 t/m 11 augustus is Röhnisch aanwezig tijdens de Bodyfashion Fair in Almere met het assortiment sportbeha's en mix & match bikini's uit de lounge- en yogacollectie. Ook heeft Röhnisch een permanente showroom in het Sports Business Center te Leusden.

*Meer informatie:*  
Röhnisch Sportswear AB  
Tel. +31 (0)6 51113353  
[www.rohnisch.com](http://www.rohnisch.com)



## Veel felle contrastkleuren bij sportkleding **Shock Absorber**

Sinds 1994 maakt Shock Absorber op een wetenschappelijke manier producten die worden ontworpen om de negatieve effecten van training op het vrouwelijk lichaam, vooral de borsten, tegen te gaan. Met de introductie van de zomer 2016-collectie wordt duidelijk dat de producten van Shock Absorber niet alleen functioneel maar ook mooi zijn, door het gebruik van frisse, energieke zomerkleuren.

Het doel van Shock Absorber is ervoor te zorgen dat vrouwen passende sportbeha's dragen die de borsten genoeg ondersteuning bieden en 'bounce' tegengaan. Om dit te promoten voert het merk al sinds 1995 campagnes met bekende sportsters.

Er is een collectie hardloopbeha's in zwart, wit, blue neon en het nieuwe black baltic en een gymbeha in zwart met contrasterende paarse accenten. De Multi Sports beha is er nu, naast grijs en roze, ook in een grafische print en egaal zwart. De F-Active Shaped Support is er in Black neon. De Active Zipped Plunge, met rits aan de voorkant, is nieuw, in grijs of paars met felgele accenten. De Active Sports Padded Shape is zwart en de Active Classic Support is er in zwart en wit. De Active D+ Flexi Wire is er in zwart met grijze streep onder de cups. Maten lopen afhankelijk van het model uiteen van 70A tot 90HH (Active Multi Sports Support).

*Meer informatie:*  
Es van Schijndel  
Tel. +31 (0)20 4974975  
[www.esa-eu.com](http://www.esa-eu.com)







panache  
SWIM

**Lingerie Pro Tradefair**

26 en 27 Juli  
Wagnatie Expo & Events  
Antwerpen

**Almere**

9, 10 en 11 augustus  
Bastion Hotel Almere  
Audioweg

**Oosterwolde**

17 augustus  
Hotel de Zon  
Stationsstraat 1  
Oosterwolde (Friesland)

---

Voor afspraken, neem dan  
contact op met Gert Staal;

E - [info@gertstaal.com](mailto:info@gertstaal.com)  
M - +31 (0) 653409419

---

CRAFTED FOR FIT. DELIVERED WITH STYLE.

[WWW.PANACHE-LINGERIE.COM](http://WWW.PANACHE-LINGERIE.COM)



Fotografie: Maaïke van Esch

In 1997 richtte Sylvia Lammers haar eigen lingeriemerk SYL op. Dit merk is gespecialiseerd in de grotere maten, voor vrouwen die op zoek zijn naar goed passende en tegelijkertijd modieuze lingerie. De producten van Syl Design zijn inmiddels via meer dan honderd lingeriespecialzaken in Nederland, België en Duitsland te koop. Syl Design produceert op een eerlijke en kwalitatief hoogwaardige manier door alle materialen in Europa in te kopen en ook de daadwerkelijke productie vindt plaats in Europa. Second Skin sprak met Sylvia en haar man en mede-eigenaar Henrie over de lingeriemarkt voor grotere maten, alsmede over de geschiedenis én toekomst van Syl Design.

*Kreeg u veel reacties, positief dan wel negatief, op uw bedrijf?*

“Over het algemeen waren de reacties direct positief. Zeker in het begin zijn we wel op zoek geweest naar de juiste balans. Zo hadden we een presentatie van lingerie in maat 50. Daarop kregen we toen reacties variërend van ‘Eindelijk ook lingerie voor mijn maat’ tot ‘Moet dat nou?’. We proberen altijd precies het juiste evenwicht te vinden. Aan de ene kant moet het wel typisch SYL blijven, maar aan de andere kant moet je uiteraard ook de steun van de winkels behouden.”

*Ook tegenwoordig geldt de slanke vrouw doorgaans nog als ideaalbeeld. Ziet u hier verandering in komen of verwacht u dit op de korte termijn?*

“Er zijn tegenwoordig wel wat initiatieven van burgers. Zo heeft Victoria’s Secret natuurlijk de ‘Angels’ en als reactie daarop is de Facebook-pagina ‘No Angels’ opgericht. Bij de bedrijven zie je echter nog steeds niet veel grotere maten. Een paar gespecialiseerde bedrijven zijn er wel bijgekomen, maar niet veel. Wel is er steeds meer aandacht voor lingerie voor grotere borsten, maar dan gaat het alleen over de cupmaat, maar dat noem ik geen grote maten, dat zijn gewoon grote borsten.”

*Leeft dat taboe ook onder de consumenten?*

“Ik heb het idee dat dit veel minder is. We werken met een doorpas-team. Zij proberen de lingerie een poosje uit voordat het naar de winkels gaat. Deze meiden zijn soms enthousiast over artikelen die winkels nog te gewaagd vinden. Maar misschien is ons doorpas-team iets progressiever dan de gemiddelde consument.”

*Is ondergoed maken die er sexy of modieus uitziet voor grote maten eigenlijk*

*U bent bijna achttien jaar geleden begonnen met het op de markt brengen van lingerie. Hoe bent u hier ‘ingerold’?*

“Ik ben van kleins af aan al graag creatief bezig geweest, bijvoorbeeld achter de naaimachine van mijn oma. Uiteindelijk ben ik uitgekomen bij een kantoorbaan, maar ik kwam er al snel achter dat dit niets voor mij was. Toen ben ik begonnen met het geven van workshops voor het maken van lingerie. Hier kwamen vooral veel vrouwen met grotere maten op af. Toen zag ik dat ik me

## “We proberen altijd precies het juiste evenwicht te vinden”

hierin kon specialiseren. Rond 2002 begon ik met de verkoop van eigen ontwerpen aan lingeriespecialzaken. Een saillant detail is dat veel van die eerste winkels nog steeds klant zijn. Toen ik met de verkoop begon, ben ik ook gestopt met lesgeven. Dat viel niet te combineren.”

*Mist u het lesgeven?*

“Het was wel erg intensief. Ik wilde ervoor zorgen dat iedereen met passende lingerie de deur uitging en dan kost het voorbereiden veel tijd.”

*Syl Design was één van de eerste bedrijven die lingerie voor grotere maten verkocht. Was het in het begin lastig om klanten te vinden of was er gelijk veel vraag naar lingerie in grotere maten?*

“Er was op dat moment al wel ondergoed voor grotere maten, maar echt modieus en trendy was dit niet. Er was dus al wel gelijk veel vraag naar modieuze lingerie voor de grotere maten. Destijds was het natuurlijk geweldig om meteen vanaf het begin succesvol te zijn.”

*moeilijker dan voor kleinere lingerie maten?*

“Technisch gezien wel. Er komt meer bij kijken om alles precies voor elkaar te krijgen zoals je het wilt. Ook qua materialen en kleuren is het anders, zo is bijvoorbeeld het blokkeren van de rek in de cup belangrijk.”

*Hoe ziet de collectie van Syl Design eruit?*

“We hebben drie basiscollecties: Maia, Kali en Opis. Die zorgen voor tachtig procent van de verkopen, maar alleen als er ook andere modellen als aandachtstrekkers hangen. Voor de aanstaande zomercollectie werken we met drie soorten kleuren: fel (roze en cyaan bijvoorbeeld), licht (rosé, ivoor) en zwart/donker met felle details. Deze laatste categorie is nieuw vanuit vragen uit de markt. Het nieuwe model Sita zal dan ook in zwart met cyaan geleverd worden. Sita is wat vrouwelijker dan de rest van de collectie door het gebruik van kan en geeft meer steun aan de zijkant van de borst. Verder komt er ook een bodyvariant van de Maia, ons topmodel. Van de winkels hadden we doorgekregen dat hier veel vraag naar was.”

*Hoe ziet het team van Syl Design eruit?*

"Henrie heeft altijd al veel op de achtergrond gedaan maar in 2010 is hij officieel mede-eigenaar van Syl Design geworden omdat het niet meer te combineren was met zijn eigen baan. Verder assisteert Jacqueline Kluve ons bij het voorbereiden van fotoshoots en dergelijke. Ook is er een medewerker voor de verzending van bestellingen. Omdat het team zo klein is kan iedereen overal bijspringen. Verder werkt er vaak een stagiaire bij ons, die helpt bij het maken van de monsters, wat gedeeltelijk gewoon in ons atelier gebeurt. Voor de verkoop hebben we drie onafhankelijke agenten voor de Nederlandse en Belgische markt. Joyce van Hal vertegenwoordigt SYL in Noord- en Zuid-Holland en Utrecht. Gert Staal richt zich op de rest van Nederland en een gedeelte van België en Vera De Beule richt zich op Oost- en West-Vlaanderen."

"Aan de kant van de merken zie je nog steeds niet veel grotere maten. Wel is er meer aandacht voor lingerie met een grotere cupmaat, maar dat noem ik geen grote maten. Dat zijn gewoon grote borsten"

*Wat zijn verdere toekomstplannen, bijvoorbeeld uitbreiding naar het buitenland of internet?*

"We hebben nu een aantal verkooppunten in Duitsland en zouden dit aantal graag zien toenemen, wat in mijn ogen ook zeker mogelijk is. Om die reden nemen we deel aan de beurs 'Wäsche und Mehr' in Dortmund. Een moeilij-

heid met de Duitse markt is wel dat bijna alle agenten hier in vaste dienst zijn. Bovendien zijn er altijd culturele verschillen om rekening mee te houden. Zelfs tussen Nederland en België is dit al zo. In België zijn romantische ontwerpen, met bijvoorbeeld veel roze en versieringen, populairder dan in Nederland."

"We hebben geen plannen om online te verkopen. Zeg nooit 'nooit', maar als er online verkocht wordt dan moeten de winkels dat zelf doen, anders gaan we concurreren met onze verkooppunten terwijl we hen exclusiviteit willen bieden. Bovendien vind ik dat er over het internet weinig service geboden kan worden zoals pasmogelijkheden. Sommige winkels geven wel extra service via internet, bijvoorbeeld voor nabestellingen. Hier geloven we wel in. Verder willen we in de verdere toekomst gewoon gestaag doorgroeien. We zouden ook nog een showroom in ons atelier willen, zodat onze agenten hier afspraken kunnen maken en we klanten in ons mooie nieuwe pand kunnen ontvangen. Ik zou daar dan ook wat workshops kunnen geven. Komt het lesgeven toch weer een beetje terug!"

*Voor aanvullende informatie:*

Syl Design B.V.  
Gessel 4, De Meern  
Tel. +31 (0)30 6774011  
[www.sylsdesign.nl](http://www.sylsdesign.nl)

Gert Staal, tel. +31 (0)6 53409419  
Joyce van Hal, tel. +31 (0)6 12063273  
Vera De Beule, tel. +32 (0)476 759558

### Hotelpresentatie in Almere: 9 t/m 11 augustus

*Syl Design houdt met haar agenten (en in samenwerking met Henk Nieuwland) een speciale hotelpresentatie in Hotel Bastion in Almere van 9 t/m 11 augustus. U bent van harte welkom vanaf 9.00 uur tot ongeveer 21.00 uur.*





# ROSY

P A R I S

Agent Nederland: **Monica Cerny**  
**MC Fashions** - showroom 1.05  
Fashion Dôme, Veluwezoom 5, 1327 AA Almere,  
T +31 (0)36 547 48 30- GSM +31 62905 7759  
info@monicacerny.com

#### BEURS DATA

5/7 t/m 7/7 - Paris Swim Mode City - Hall 1, Stand P11 / R12  
26/7 t/m 27/7 - Antwerpen Lingerie Pro  
Hal 1 stand F112  
9/8 t/m 11/8 - Almere Bodyfashion tradefair  
eigen showroom

Open showroomdays Almere:  
Maandag 3, 10, 17, 24, 31 augustus  
Maandag 7, 14, 21, 28 september



[www.eva-dessous.nl](http://www.eva-dessous.nl)

## Wolford staat stil bij N-Day met vernieuwde klassiekers

Voor Wolford is 2015 een bijzonder jaar. Alweer 75 jaar geleden verschenen de eerste, betaalbare nylonkousen op de Amerikaanse markt. Om de verjaardag van de voorloper van de panty te vieren, lanceert het beenmodemerk een vernieuwde versie van de Wolford-klassiekers. Daarnaast viert het beenmodemerk dit jaar haar 65e verjaardag met een aantal hoogtepunten op het gebied van lingerie en beenmode. Tijdens LingeriePro in Antwerpen is Wolford te vinden in stand F209.



De geschiedenis van de nylonkous start op 15 mei 1940, de dag die de dameskleding voor altijd zou veranderen. Deze dag ging de geschiedenis in als N-Day (Nylon Day). De nieuwe kousen gingen in New York voor het eerst voor een betaalbare vier dollar in de verkoop en waren alleen verkrijgbaar met een naad. Later werd dit hét kenmerk van deze producten.

### Van nylon kousen naar luxe beenmode

Omdat de nylon in 1940 geen elastische vezels bevatte, waren de panty's rekbaar tot een bepaald punt. Tussen 1965 en 1970 kreeg de nylon kous concurrentie van nieuwe standaardpanty's. Deze waren praktisch en kregen een nieuwe rol in de dameskleding: ze waren te dragen als een chique stijl van beenmode voor speciale gelegenheden. Wolford heeft het met moderne materialen mogelijk gemaakt dat kousen en panty's nu beter passen en comfortabeler zijn.

De klassieke 'Image String Body' en 'Image tights' zijn de stijliconen van Wolford. Om de verjaardag van de kous te vieren, heeft Wolford deze topstukken opnieuw onder de loep genomen en op verschillende vlakken een moderne draai gegeven. Vandaag de dag is er een grote verscheidenheid in kleuren, motieven en visuele effecten zoals glinsterende materialen. De mogelijkheden zijn eindeloos: van natuurlijke tinten die onzichtbaar zijn op de huid tot en met Swarovski-stenen op de limited editions.

### Essentials

Op het gebied van lingerie heeft het Oostenrijkse bedrijf een nieuwe underwear-collectie ontwikkeld voor de herfst en winter. Deze lijn is onderverdeeld in drie thema's 'Sensitivity', 'Vitality' en 'Elegance'. Elke stijl is te herkennen aan typische kleuren en designs.

Sensitivity bestaat uit de nieuwe Neon-serie vol essentiële lingerie-stukken: van een sexy tanga tot aan een luxe panty. De lijn combineert nieuwe stijlen met zachte tule die zorgt voor maximale comfort.

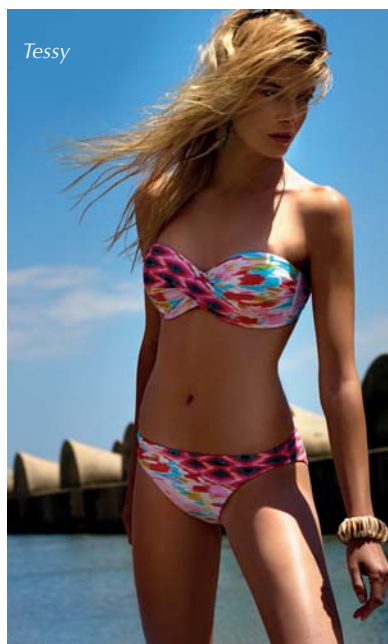
De Vitality-lingerie wordt vormgegeven in de minimalistische en moderne Louie-lijn die in rijke kleuren verschijnt. De elegante lingerie heeft een optimaal draagcomfort en voelt erg licht aan. De kleuren zijn expressief en opgebouwd uit natuurlijke tinten: dark grey-brown, raven, classic dark blue, navy en zwart. Tevens lanceert Wolford de Elegant-collectie. De Clair-serie is het toppunt van dit elegante ondergoed: het zachte kant wordt gecombineerd met lichte tule en maken de lingerie vrouwelijk en comfortabel. Naast de kleuren 'classic black' en 'dynamic red', is de Clair-serie ook verkrijgbaar in 'whitewash': ideaal voor bruidslingerie.

Voor aanvullende informatie:

Wolford Benelux, Tel. +31 (0)20 6641840 (Nederland)  
Tel. +32 (0)3 4513931 (België), [www.wolford.com](http://www.wolford.com)

## Stijlvol **Roidal**, vrolijk Tessy

Roidal en submerk Tessy hebben hun beach- en swimwearcollectie voor 2016 gepresenteerd. Bij Roidal zijn er veel uiteenlopende, originele en innovatieve designs variërend van tribal tot bloem- en bladerdesigns. Tessy staat volledig in het teken van dynamiek, energie en vooral heel veel kleur.



Roidal heeft zijn collectie zo divers mogelijk gemaakt zodat er voor iedere smaak wel iets bij zit. De verschillende designs zijn verkrijgbaar in een groot spectrum van vrolijke kleurcombinaties. De modellen worden gesierd door stijlvolle accessoires van hoge kwaliteit, zoals Swarovski-kristallen en metalen appliqués. Door het gebruik van Lycra® Xtralife vezels zijn de artikelen comfortabel, van hoge kwaliteit en passen ze zich aan het figuur aan voor een perfect silhouet.

### 'Un verano de agua'

Het thema van Tessy is 'Un verano de agua' of 'Een zomer van water'. Dit komt tot uiting in de vloeiende

de kleurpatronen waarbij intens en subtiel elkaar afwisselen. De kleuren zelf zijn levendig en expressief, in combinatie met diverse originele patronen of als monoblock-modellen in felle kleuren die de vrouwelijke vorm onderstrepen. De patronen zijn gebloemd, etnisch of geometrisch, maar kleur speelt in de collectie van Tessy de hoofdrol.

Meer informatie:  
Liberation of  
Amsterdam  
Tel. +31 (0)23  
5731563  
[www.liberation-of-amsterdam.nl](http://www.liberation-of-amsterdam.nl)

Roidal



## Een hete zomer met **Michael Kors**

Michael Kors is het wereldbekende bedrijf van de gelijknamige ontwerper, dat zich specialiseert in luxe designerkleding, tassen, schoenen, accessoires en meer. Hun label MICHAEL by Michael Kors heeft de nieuwe badmodelijn voor 2016 bekendgemaakt. Met deze elegante lijn in nieuwe designs en kleuren lijkt het een hete zomer te gaan worden.

Er is keuze tussen verschillende opvallende modellen badkleding, waaronder bandeaus, haltertops en one-shouldertops, die allemaal even fris en spannend zijn. De lijn 'Bold Ikat', heeft prints die het slanke silhouet ondersteunen voor een luxe uitstraling. Er is een 'Glaze Tile' collectie, die met zijn porseleinprint mediterrane herinneringen oproept. Ook is er de 'Shore Ikat' lijn, die gedurfde ikatpatronen combineert met flatterende lijnen en de iconische rits. Voor alle modellen is gebruik gemaakt van de meest trendy kleuren en strakke vormen.

### Glamoures en avontuurlijk

De Michael collectie is gemaakt met de zelfverzekerde en ambitieuze vrouw in gedachte. Zij combineert gratie met avontuur en is niet bang om, met behulp van spannende kledingstijl, haar natuurlijke schoonheid te laten zien.

Meer informatie: F1-Generation  
Geraldine van Zijl, Tel. +31 (0)6-54275008, Fashion Dome D1.21



CONTURELLE  
— felina —

**THE NEW COLLECTION**

BODYFASHION CENTER  
SHOWROOM C2.42  
VELUWEZOOM 7,  
ALMERE

LINGERIE PRO  
TRADEFAIR  
ANTWERPEN  
26-27 JULI 2015

# Komende editie **Bodyfashion Tradefair** in teken van Summer Beauty

Van zondag 9 tot en met dinsdag 11 augustus zal CubeCentre in Almere voor de tweede keer het toneel zijn van de Bodyfashion Tradefair. Al dertig jaar is Bodyfashion Tradefair het platform voor vraag en aanbod op bodyfashion-gebied. Met ruim tweehonderd merken vanuit vaste showrooms en daarnaast tachtig merken op de driedaagse beursvloer in het souterrain is het een must voor iedere vakgenoot om de beurs te bezoeken. Het thema van de komende editie is 'Summer Beauty'.



Om Bodyfashion Tradefair een waar feestje te laten zijn is er gekozen voor een leuk randprogramma dat niet alleen dient als verwennerij voor de bezoekers maar ook ter inspiratie voor activiteiten van Nederlandse winkels. Het is voor winkeliers namelijk meer dan ooit tevoren heel belangrijk om vaste klanten continue te verleiden met, naast de gekozen collecties, leuke activiteiten.



Om deze reden zal Bodyfashion Tradefair samen met de showroomhouders en exposanten dan ook veel leuke stands aanbieden met bijvoorbeeld beautybehandelingen, vouchers van branchevreemde bedrijven en lekkernijen.

Alle bezoekers van de beurs ontvangen begin juli een gratis entreekaart met daarop een persoonlijk lotnummer waarmee een mooie prijs gewonnen kan worden, aangeboden door BMW/Mini Ekris Lelystad.

*Meer informatie:*  
Bodyfashion Tradefair  
Tel. +31 (0)85 9022620  
[info@bodyfashion-nederland.nl](mailto:info@bodyfashion-nederland.nl)  
[www.bodyfashioncenter.com](http://www.bodyfashioncenter.com)



## Actuele deelnemerslijst op [bodyfashioncenter.com](http://bodyfashioncenter.com)

*Tijdens Bodyfashion Tradefair bent u natuurlijk van harte welkom om de vaste showroomhouders op de tweede en de vierde etage van CubeCentre te bezoeken. Daarnaast zijn er op de beursvloer tientallen leveranciers te vinden die zich als beursdeelnemer presenteren. Een up-to-date overzicht van alle bedrijven, merken en stand/showroomnummers is te vinden op [www.bodyfashioncenter.com](http://www.bodyfashioncenter.com)*



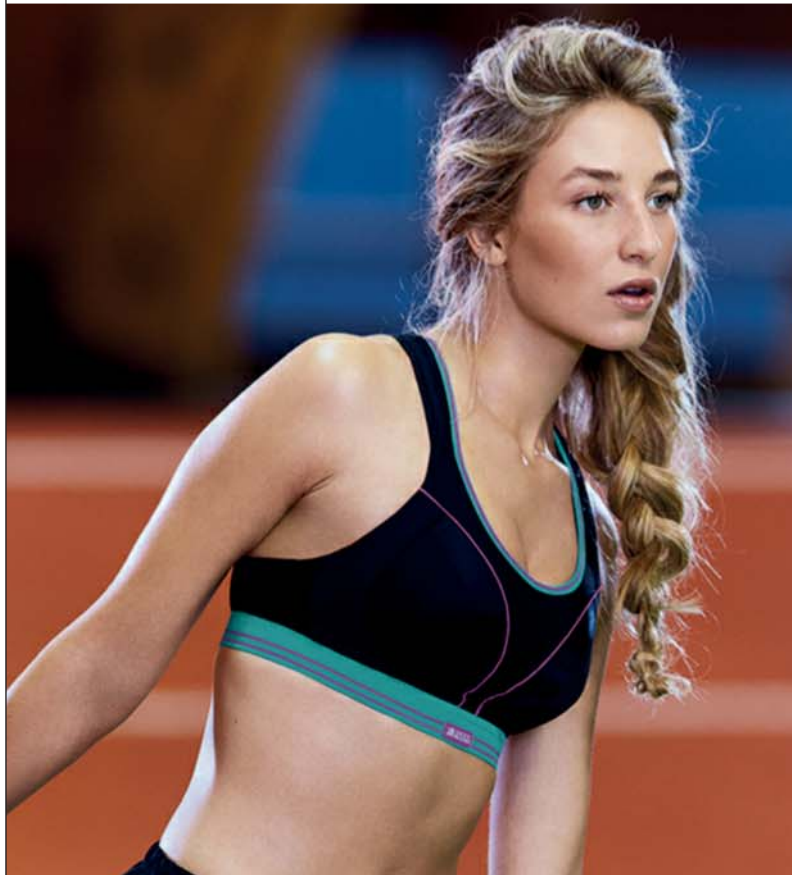
amoena 40 1975 2015  
For you, like no other




[www.amoena.be](http://www.amoena.be)



**SHOCK  
ABSORBER**



Es van Schijndel Sales BV - T. +31 (0)20 497 49 75 - [info@esa-eu.com](mailto:info@esa-eu.com)  
Bodyfashion Cube Centre Almere Showroom 2.10

 [Facebook.com/ShockabsorberBNL](https://www.facebook.com/ShockabsorberBNL)

 [@ShockabsorberNL](https://twitter.com/ShockabsorberNL)

## Exotische Afrikaanse prints en elegante kleuren bij Cyell



Cyell heeft voor de strandcollectie van 2016 inspiratie opgedaan van over de hele wereld, maar vooral vanuit Afrika. Dit wordt duidelijk door de sprankelende kleuren en de tribalprints en geometrische vormen. Ook dragen de houten slides en goudkleurige accenten hieraan bij. Voor diegenen die dit te uitbundig vinden zijn er ook meer ingetogen designs in donkergroen, koraalrood en mint. Hierdoor is de collectie geschikt voor iedere modegevoelige en zelfbewuste vrouw die een geluksgevoel en comfort belangrijk vindt. Hiertoe behoren ook vrouwen die een borstprothese dragen, getuige de speciale 'Special Care'-collectie die al sinds 1995 door Cyell gevoerd wordt.

Er zijn vier verschillende thema's verkrijgbaar deze zomer. De eerste is Jungle Dreams, die gebaseerd is op exotische bloemenprints en andere natuurlijke elementen in inktblauw en oranje. Welcome to Paradise heeft trendy prints in Miami Beach-stijl, waarbij warm blauw en verschillende groentinten zoals



▲ Het kleurrijke streeppatroon van Play of Light komt ook terug in deze strandjurk

lime, mint en donkergroen de hoofdrol spelen. African Bliss gaat voor de volledige Afrikaanse junglelook met de eerdergenoemde tribal invloeden en houten details.

### Early delivery

Dit thema bestaat uit drie programma's, namelijk een paradijselijke batikprint, een oosterse kasmir print met oranje en rijk paarsblauw en de nieuwe paisley print. Alle producten zijn te combineren volgens het mix en matchprincipe. Ook is er de nieuwe mogelijkheid om de producten te combineren met sluitclipjes die qua kleur overeenkomen met de kleding. Andere accessoires die verkrijgbaar zijn omvatten A-lijn jurkjes, een nieuw in de collectie opgenomen zachte viscose broek en fijne chiffon tuniekjes, waarvan vooral de wijde variant met fringes een aanrader is voor op het strand.

### Cyell Special Care

Voor het achtste jaar zet Cyell zich ook in de zomer van 2016 weer in voor mooie kleding voor vrouwen die een borstprothese dragen. De Beachwear Special Care collectie kenmerkt zich door een uitstekende pasvorm en dezelfde stijlvolle designs als in de reguliere collectie. Elke top komt met een geïntegreerde zak om de borstprothese discreet te kunnen dragen. Net als bij de rest van de collectie staat comfort hoog in het vaandel. De materialen voelen dan ook zacht aan op de huid en verhullen bovendien eventuele oneffenheden van het lichaam. Ook bij de Special Care collectie kan er intensief gemixt en gematcht worden.

Meer informatie: Cyell (voor Nederland) Fashion Dome 1.18  
Tel. +31 (0)518 401334, [www.cyell.com](http://www.cyell.com)

Van Dyck & Partners (voor België), tel. +32 (0) 36403333



## Bodyfashion Brands in de **Fashion Dôme** ademen stijl en luxe uit



Na de opening van de showrooms in de Fashion Dôme afgelopen winter vindt hier van zondag 9 tot en met dinsdag 11 augustus een sprankelende beurs plaats. In de twaalf vaste showrooms worden veertig verschillende merken gepresenteerd. Bodyfashionretailers kunnen hier niet alleen tijdens de beurs terecht, maar ook iedere maandag in augustus en altijd op afspraak.

De eerste verdieping van de futuristische ronde Fashion Dôme, die gereserveerd is voor de Beach en Bodyfashion, ademt stijl en luxe uit. De sfeer is ongedwongen en biedt de bezoekers alle rust en ruimte om hun inkoopstrategie te versterken. Zo zijn de showrooms voorzien van een glazen wand die binnenlopen aanmoedigt en een lounge en koffi corner in het midden van de dome. Ook tijdens de beurs zal er een informele sfeer zijn, waarbij het bekijken van de meest prachtige lingerie, bad- en beachwearcollecties van vooraanstaande merken uit het midden- en hoogsegment voorop staat.

### Culinaire lunch

Er is voor de beursdagen niet alleen aan de collecties gedacht. Zo wordt er van 12.00 tot 14.00 een overheerlijke gratis lunch aangeboden door de showroomhouders van de Fashion Dôme. Deze wordt verzorgd door 'Nicky Kookt'. Voor de bezoeker die geen tijd heeft om uitgebreid te lunchen worden er ook continu lekkere hapjes geserveerd in de showrooms.

Op 9 en 10 augustus wordt de dag om 17.00 uur afgesloten onder het genot van een hapje, een drankje en door een DJ verzorgde muziek. De Fashion Dôme is van maandag tot donderdag geopend van 7.00 tot 22.00 uur en op vrijdag tot 20.00 uur.

Meer informatie: Fashion Dôme  
Tel. +31 (0)36 5474830  
[www.fashiondome.eu](http://www.fashiondome.eu)

### Actuele lijst exposanten op [fashiondome.eu](http://fashiondome.eu)

Veel vooraanstaande merken in de lingerie, bad- en strandkledingbranche zijn vertegenwoordigd in de Fashion Dôme. Een overzicht van alle exposanten is te vinden op [www.fashiondome.eu](http://www.fashiondome.eu)



# HANRO

OF SWITZERLAND



WWW.HANRO.COM

VISIT US AT THE FOLLOWING TRADE SHOWS

ANTWERP – LINGERIE PRO · BIRMINGHAM – MODA · COPENHAGEN – CIFF  
DORTMUND – WÄSCHE UND MEHR · FLORENCE – PITTI UOMO  
MUNICH – SUPREME BODY & BEACH · NEW YORK – CURVE · OSLO FASHION WEEK  
STOCKHOLM FASHION WEEK · WALLAU – DESSOUS MESSE · ZURICH – TMC

## 'Signature by **After Eden**' is trendy in grotere cupmaten

Omdat cupmaten steeds groter worden, biedt After Eden de 'Signature by After Eden'-lijn speciaal voor jonge, trendy vrouwen met een grotere cupmaat. De collectie kenmerkt zich, naast de betaalbare prijzen en de perfecte pasvorm, door het feit dat de producten leuke designs hebben volgens de laatste modetrends. Deze designs zijn bekendgemaakt bij de introductie van de collectie van de zomer van 2016 en naast de lingeriecollectie is er ook een strandmodecollectie.

De badmodelijn is gebaseerd op de succesvolle beha-modellen en vormt daarmee een compacte collectie als aanvulling op de normale After Eden-collectie. In blok één is er een T-shirtbikini en een voorgevormde triangelbikini in een vlinderprint beschikbaar. Ook is er een modieuze laser cut bandeaubikini en badpak in zwart en een eveneens zwarte color block bikini met een glanzend taupe contrast. Daarnaast zijn er niet-voorgevormde haltertops en voorgevormde bandeaus.

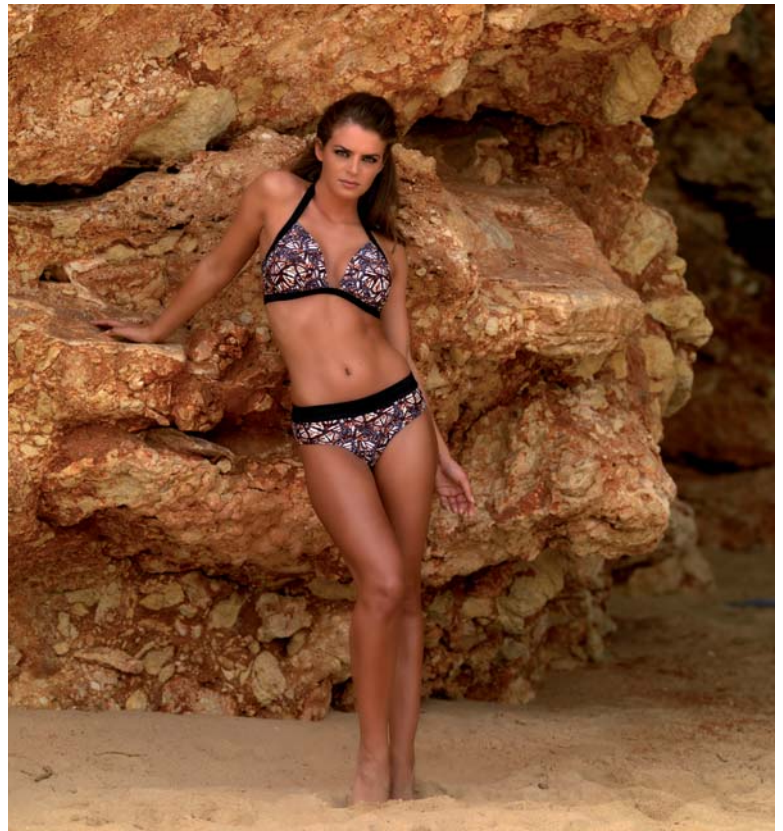
In blok twee zijn de T-shirtbikini en de voorgevormde triangelbikini verkrijgbaar met multicolor bloemenprint op een donkere ondergrond. Er is nu ook een lijn met grote blauwe stippenprints en color block bikini's in blauwtinten. Wederom zijn de bandeaus voorgevormd en de haltertops niet.

Meer informatie:

The Body Cover Group

Tel. (0416) 668080

[www.bodycovergroup.nl](http://www.bodycovergroup.nl)



## Verrassende lente/zomer-innovaties van **Schiesser**



Al meer dan 135 jaar produceert Schiesser ondergoed voor mannen, vrouwen en kinderen voor allerlei verschillende situaties. Hierbij staat vooral kwaliteit centraal, zowel qua materiaal als verwerking. Dit geldt zeker ook voor de lente/zomercollectie voor 2016, die verrassende innovaties biedt in zowel het ondermode- als het badmodegment.

Voor vrouwen is er het Vintage Hawaii badpak, dat gemaakt is van Polyamide-Elasthaan en daardoor een perfecte pasvorm en een fijn draagcomfort heeft. Er zijn twee lijnen voor ondergoed: Long Life Softness (met een beha en een slip) en Personal Fit met tanktop en slip. Ten slotte is er een badjas van 100% katoen.

Voor de heren is er een wovon zwemshort (Aqua Basic) en twee single jerseys van katoen in de serie Mix & Relax. Ook zijn er vijf lijnen mannenondergoed: Day and Night (single jersey), Original Doppel- en Feinripp (singlet en slip), Long Life Softness en Long Life Cotton. Deze laatste is een hoogtepunt van de collectie. Het goed zittende kwaliteitsondergoed wordt op milieuvriendelijke wijze geproduceerd en behoudt langdurig een nieuwe uitstraling.

Meer informatie:

Schiesser Int. Nederland

Tel. +31 (0)85 9021700

Schiesser International nv/sa

Tel. +32 (0)22630170

[www.schiesser.com](http://www.schiesser.com)



MAIDENFORM®

# DREAM PINK

COLLECTION

NEW | AW2015

Style 2028 Comfort Devotion  
Hi-Waist Half Slip & 9402  
Comfort Devotion Demi Bra

## Maidenform Dream Pink Collection

zorgt voor extra zelfvertrouwen

De nieuwste lijn voor directe levering van Maidenform is de Dream Pink Collection. Deze bestaat uit de meest succesvolle shapewear artikelen en bijpassende beha's. Allemaal in dezelfde cosmetische Pink-kleur. Het resultaat is een zeer elegante basislijn in een nieuwe aansprekende basiskleur bestaande uit louter bestsellers die zichzelf bewezen hebben.

De producten zijn geproduceerd volgens de hoogste kwaliteitsnormen en zoals altijd bij Maidenform staat het comfort centraal. Het bedrijf heeft een onderzoek gedaan waaruit blijkt dat de meeste kopers van shapewear het product niet als 'wannahave' zien maar als benodigdheid, bijvoorbeeld om er goed uit te zien en zelfverzekerd te kunnen zijn bij een speciale gelegenheid. Dit is dan ook precies waar de Maidenform 'Dream Pink Collection' goed in is. Alle artikelen zullen geleverd worden met de hagelnieuwe Maidenform labeling die direct na de zomer wordt geïntroduceerd.

### Shapewear

Van de Dream Pink Collectie maken drie shapewear artikelen en twee beha's deel uit. De shapewear-artikelen zijn allemaal Wear Your Own Bra-artikelen. Deze hebben een integrale slip met haak/oog-sluiting. Ook levert Maidenform bijpassende beha's. Hierover verderop meer. De shapewear heeft standaard een taille-corrigerende functie met daarnaast speciale shaping-effecten. Het 360° correctie-effect verhult



love handles en muffin tops. In de Dream Pink-collectie vind je onder andere de Firm Control Slip 2541, het bekendste en meest verkochte shapewear artikel van Maidenform in Europa. Daarnaast bestaat de collectie uit de Comfort Devotion WYOB Romper en de Comfort Devotion Hi Waist Half Slip. De twee Comfort Devotion-producten zijn gemaakt van extreem zacht materiaal om het comfort te verhogen. De WYOB-romper is afgewerkt met luxe zachte embroidery. De hi waist half slip is afgewerkt met een siliconenband om de slip op zijn plaats te houden en wordt verder geleverd met beha/bandjes.

### Bijpassende beha's

De WYOB shapewear kan natuurlijk gemixt worden met een eigen beha, maar om een perfecte match te kunnen maken levert Maidenform bij de Dream Pink shapewear bijpassende beha's. De verkrijgbare beha's zijn net als de rest van de collectie zeer comfortabel door het luxe en zachte materiaal en de goede pasvorm. Het Custom Lift® ontwerp zorgt voor een padding die is aangepast per cupmaat. Bovendien zijn de beha's voorzien van zachte, dubbele, blind gezoomde zijpanelen. Naast beha's met bandjes is er ook een mooie strapless beha leverbaar die eveneens een comfortabele pasvorm biedt.

Maidenform – Marcel Holierhoek  
Tel. 0800-0229972 (gratis)  
Mob. +31 (0)6 10557037  
The Cube, Showroom 4.02  
Veluwezoom, Almere  
marcel.holierhoek@hanes.com  
www.maidenform.com

## Hanro gaat terug in de tijd met 'Iconic Moments'

Op dinsdag 26 mei streek lingerie- en nachtmodemerken Hanro neer in het zeer luxe Waldorf Astoria Hotel te Amsterdam. Hier etaleerde het Zwitserse merk de meest succesvolle producten uit verschillende collecties. Na de presentatie van deze klassiekers werd de nieuwe lingerie- en daywearcollectie voor het komend najaar en winter onthuld. Met deze tentoonstelling blikt Hanro terug op de hoogtepunten van een succesvolle bedrijfs geschiedenis die meer dan 130 jaar beslaat.



Onder de naam 'Iconic Moments' laat Hanro zien hoe het zich door de jaren heen heeft ontwikkeld op het gebied van stijl en techniek. Het internationale bedrijf kleepte eerder grote sterren als Marilyn Monroe en Nicole Kidman. De foto's van deze hoogtepunten en innoverende kledingstukken uit het verleden waren te bewonderen in de klassieke zalen van het Waldorf Astoria Hotel. Na het bekijken van de rijke geschiedenis van Hanro spraken wij met Managing

Director Stephan Hohmann om meer te weten te komen over de filosofie en de kwaliteit van de producten.

### Typisch Hanro

Het luxemerken is één van de marktleiders als het gaat om de productie van hoge kwaliteit daywear, nightwear en loungewear voor dames en heren. Sinds de oprichting in 1884 door Albert Handschin en Carl Ronus, staat de onderneming garant voor ingetogen luxe, natuurlijke elegantie en een uitstekend draagcomfort.

De Oostenrijker Stephan Hohmann staat al bijna negen jaar aan het roer van het succesvolle Hanro en kan dan ook veel vertellen over de missie van het



merk. We spraken hierover met de heer Hohmann in de nieuwe Hanro Store in Amsterdam. "Ik heb Hanro lang geobserveerd en het is mijn doel om het merk verder te ontwikkelen. Het bedrijf bestaat al meer dan honderd jaar maar blijft zichzelf steeds vernieuwen door de vraag van de klant goed te onderzoeken. We staan bekend om de luxe stoffen die worden gebruikt in onze hoogwaardige producten. Dit jaar is het bijvoorbeeld alweer dertig jaar geleden dat de tijdloze bestseller 1601 Cotton Seamless werd gelanceerd. Om de verjaardag van deze spaghetti-top te vieren, lanceren we een speciale editie van dit hemdje in zes frisse kleuren. De goede kwaliteit wordt vooral bepaald door de look & feel van de producten. Hiervoor gaan we terug naar de basis en duiken we regelmatig in de archieven van Hanro om ons opnieuw te laten inspireren. Dit zorgt ervoor dat we onszelf steeds weer verbeteren en het assortiment kunnen uitbreiden."

### Everybody loves Hanro

Hanro is een middelgroot, internationaal bedrijf dat aan de basis staat van een sterk merk met een standvastige identiteit. Hohmann legt ons uit hoe het komt dat het bedrijf deze sterke positie in de markt heeft kunnen bemachtigen. "Iedereen die voor Hanro werkt, houdt van het merk en de producten. De





medewerkers zijn van alle leeftijden en houden zich vast aan de boodschap van het bedrijf. De missie van Hanro is om subtiel maar luxe producten te maken onder het motto 'less is more': de producten moeten zichzelf verkopen. Het is lastig om dezelfde koers te blijven varen in een markt die continu verandert. Toch denk ik dat het Hanro goed is gelukt om een sterke identiteit te ontwikkelen. Dit is alleen mogelijk als iedereen voor honderd procent achter het merk staat."

### Brandstores

Over de toekomstplannen zegt Hohmann dat het bedrijf zich vooral focust op het openen van nieuwe winkels in zorgvuldig uitgekozen landen. "Het merk timmert al bijna drie decennia aan de weg in Nederland en heeft nu de stap genomen om na Londen en New York een Hanro Store te openen in het hart van Amsterdam. We openen vooral brandstores in steden waar men bekend is met het product. Deze winkels bieden de klant volop informatie over de pro-



ducten van Hanro en dragen bij aan de beleving van het merk. Op deze manier willen we iedereen in aanraking laten komen met de kwaliteit van Hanro."

Het toonaangevende lingerie- en nachtmodemerk opent met de nieuwe winkel in Amsterdam al haar achtste 'monobrand'-boetiek wereldwijd en geeft gehoor aan de toenemende vraag naar specialistische producten in Nederland. Deze nieuwe telg in de Hanro-familie wordt gerund door René Mulder Agenturen BV, het bedrijf dat al meer dan 26 jaar de exclusieve agent is voor het merk in Nederland.



De nieuwe Hanro Store is gevestigd aan de Amsterdamse Vijzelstraat, nr. 67

Voor aanvullende informatie:

Nederland: René Mulder Agenturen, Tel. +31 (0)33 4968510

België: Dyco nv/sa, Tel. +32 (0)2 2632141

[www.hanro.com](http://www.hanro.com)

## Lingerie, day- en nightwear SS16-collectie

De nieuwe zomerse collectie voor mannen en vrouwen wordt gekenmerkt door opvallende kleuren en decoratieve materialen. Naast lingerie heeft Hanro dit keer volop aandacht voor loungewear. Lichte kleuren als rosé en zalm-tinten voeren de boventoon in deze reeks en zijn creatief gecombineerd met helder koraal en aqua-tonen. Een hoogtepunt is het 'color blocking'-concept met subtiel kleurensamenstellingen en het gebruik van verschillende stoffen. De zomerse hemden zijn geschikt als innerwear of als bovenkleding. De hele collectie is gemaakt van zacht katoen, viscose satijn, klassiek fijn katoen of van het innovatieve 'Leavertronic' kant. De moderne uitstraling van Hanro gaat altijd gepaard met een goede pasvorm en optimaal draagcomfort.

De nightwear-collectie van Hanro biedt veel meer dan nachthemden en pyjama's. De casual nachtmode is gemaakt van Micromodal en Sea Island katoen: het zachtste en meest exclusieve katoen in de wereld. De luxe ligt in de details: moderne naaitechnieken en grafisch borduurwerk zorgen ervoor dat nightwear een trendy, urban look heeft. Het frisse, zomerse kleurenpalet bestaat uit blauw, jade, zalm en kleurrijke koraaltinten. De trendy kimono's zijn het hoogtepunt van de collectie en kunnen bijvoorbeeld worden gedragen tijdens het loungen op het terras of bij het zwembad.





CARE



BFC ALMERE | SHOWROOM C2.44

Anita Nederland bv  
Telefoon +31 (0)294 414 446 | E-mail [anita.nl@anita.net](mailto:anita.nl@anita.net)  
[www.anita.com](http://www.anita.com)



*Dita Von Teese*

SUSA-Vertriebs-GmbH + CO | Tel. +49 7173 / 182 0 | [verkauf@susa-vertrieb.de](mailto:verkauf@susa-vertrieb.de) | [www.susa.de](http://www.susa.de)

Paul Dohle | tel. 070 – 381 99 44 | Cube Centre 4.58 | [www.pauldohle.nl](http://www.pauldohle.nl)  
Bodyfashion Tradefair | 9 –11 augustus 2015

## second skin



[www.twitter.com/secondskin\\_biz](http://www.twitter.com/secondskin_biz)

[www.facebook.com/vaktijdschriftsecondskin](http://www.facebook.com/vaktijdschriftsecondskin)

## Triumph is in vorm met de Magic Boost collectie 2016

Met Triumph wordt het een goedgevormd 2016! Het lingeriemerk heeft namelijk de Magic Boost collectie onthuld. De topmodellen van deze shape-wear-lijn zijn drie nieuwe beha's die zorgen voor een natuurlijk uitziende volle en ronde vorm. Er komen drie varianten; de lift-up, de plump-up en de push-up. Daardoor is er een perfecte pasvorm voor elke buste.

Meer informatie:  
Triumph International  
Tel. +31 (0)40 2352900  
[www.triumph.com](http://www.triumph.com)



Lift up



Plump up



Push up

De lift-up (70A-80F) zorgt voor rondere vormen aan de bovenzijde van de cup door geleidelijk oplopende padding. Deze beha is ideaal voor de zachtere borst, in combinatie met een vormende panty met hoge taille. De plump-up (70B-80G) is perfect voor het creëren van een natuurlijk uitziende volle ronde vorm. Deze beha werkt het best bij vollere bustes in combinatie met een Tai slip. Als u een diep uitgesneden decolleté wilt dragen, zorgt de push-up (70A-80D) voor een wat gelifte borst zonder de mooie diepe halslijn te verliezen. Deze beha is ontwikkeld voor de kleinere borst en zorgt in combinatie met een body dress voor een mooie doorlopende look.

### Kleuren en stoffen

Net als de rest van de voorjaarslijn van Triumph zijn de drie beha's verkrijgbaar in de kleuren zwart, nude beige en orchidee. Bij de ontwikkeling van de producten stond comfort hoog in het vaandel; de kleding is van de stof Nurel, die harmonieus en zacht samenwerkt met de textuur van de huid. De randjes zijn naadloos voor een gladde look en extra comfort, en het Magic Wire™ systeem zorgt voor de ondersteuning van een metalen beugel zonder het discomfort ervan.

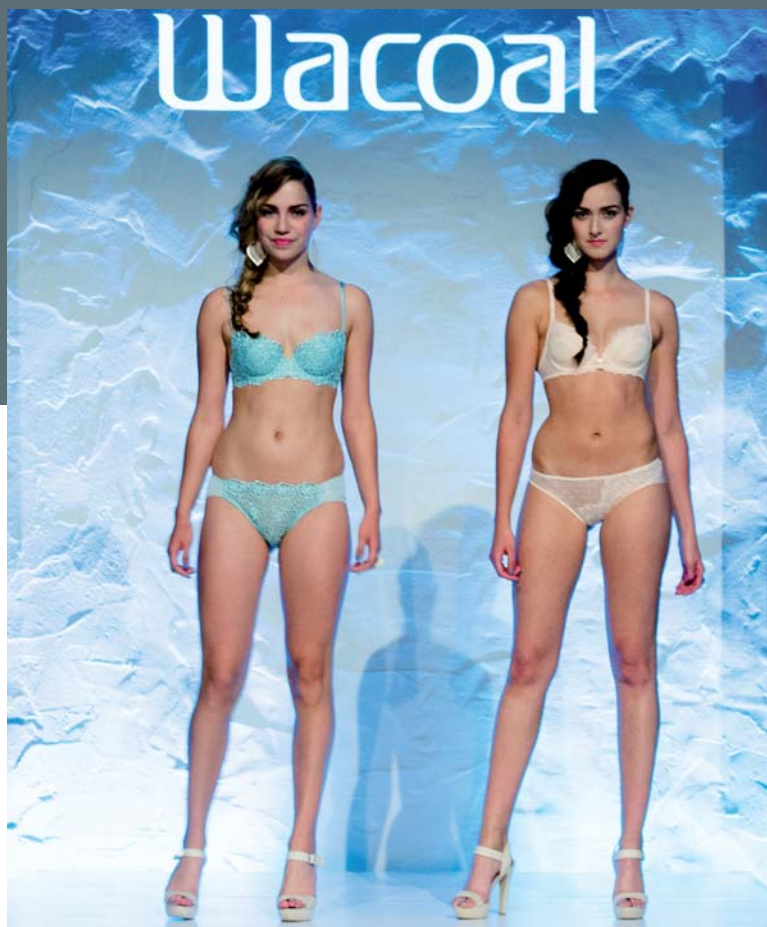
### Andere producten

Naast de beha's omvat het nieuwe gamma van Triumph ook een highwaist panty die op een comfortabele manier de buik iets vormt, vier soorten slip (Tai, hipster, hip-string en maxi), en een body dress. De nieuwe lijn is verkrijgbaar vanaf februari 2016.

### Valentine's collection

Een maand voor de rest van de voorjaarslijn, in januari, komt Triumph ook nog met twee sexy beha's voor Valentijnsdag. Er is de keus tussen de balconette beha 'Alluring Essence' en de natuurlijke, onopgevlude kanten 'Amourette Spotlight'. Romantiek is bijna gegarandeerd met deze opwindende lingerie, die verkrijgbaar is in paprika (Essence) en donkerrood (Spotlight). ▶





Begin dit jaar werd Hans Hornemann aangesteld als de nieuwe General Manager van Wacoal. In zijn welkomstwoord sprak hij de ambitie uit om Wacoal binnen enkele jaren te ontwikkelen tot de grootste bodyfashionproducent ter wereld. "Het is zeker mogelijk om deze Nr. 1-positie werkelijkheid te laten worden", verduidelijkt Hans Hornemann. "Sinds de fusie met Eveden zijn we al aardig op weg en daar komt bij dat we ons nog intensiever gaan richten op de wensen van retailers en de consument. De nieuwe lente/zomercollecties die hier vanavond gepresenteerd worden illustreren dat we hen nog meer dan voorheen gaan verrassen met innovatieve designs."

#### Verrassen & verleiden

Voorafgaand aan de presentatie sprak de redactie van Second Skin ook met Benelux/Scandinavië Manager Edwin van den Bergh. Hij benadrukt eveneens het belang van sprankelende, nieuwe en verrassende collecties om de consument te verleiden: "Wacoal verrast en verleidt op vele manieren. Uiteraard doen we dit met de nieuwe collecties, maar ook door deze op een professionele manier te



Huit, Golden Girl

De 'oohs!' en 'aahs!' waren niet van de lucht tijdens de fashionshow die Wacoal op 29 juni in het centrum van Amsterdam hield. Het was 'full house' in het sfeervolle Tobacco Theater (op steenworp afstand van De Dam) en de gasten genoten zichtbaar van lekkere hapjes en drankjes, muzikale optredens, acrobatiek en natuurlijk de uitgebreide catwalkpresentatie van de Wacoal-merken Fantasie, Freya, Elomi, Huit8, Goddess en b.tempt'd by Wacoal. De lente/zomercollecties van deze merken zijn een goed voorbeeld van de ambitieuze doelstellingen die Wacoal voor de komende jaren nastreeft, zo verduidelijkt Hans Hornemann (General Manager Wacoal EMEA) in zijn openingspeech.

presenteren. Ik ben dan ook zeer enthousiast over dit event in Amsterdam; in mijn ogen is het een geweldige manier om de 'spirit' van onze merken over te brengen op de retailer. Uit alle positieve reacties die ik vandaag heb mogen ontvangen kan ik concluderen dat dit prima gelukt is!"

#### Entertainment

De presentatie in Amsterdam werd bezocht door bijna tweehonderd gasten. Nadat zij met elkaar hadden bijgepraat en getrakteerd waren op cocktails en culinaire hapjes werd iedereen uitgenodigd in de theaterzaal. De presentatie startte met een optreden van een zangeres die plaatsnam in een hoepel en hoog boven het publiek uit-torende. Tussen de verschillende sessies van de collectiepresentatie door werd de zaal getrakteerd op meer muzikaal entertainment van onder meer David Dam (The Voice of Holland), een herenkwartet en een saxofonist. Het meest spectaculair echter was het optreden van een acrobatenkoppel dat op enkele meters boven de catwalk hun kunsten vertoonde terwijl de mannequins onder hen doorliepen. Een slimme vondst was ook dat de merknaam van het label dat op dat moment gepresenteerd werd steeds op de wanden werd geprojecteerd, waardoor goed te volgen was om welke collectie het precies ging. Met andere woorden: in het Tobacco Theater werden het nuttige en het aangename op een slimme manier met elkaar gecombineerd.



#### Collectienieuws Freya

De nieuwe s/s16 lingeriecollectie van Freya is modern, glamourus en voorziet in frisse, kleurrijke prints. De beha Utopia valt op door tijdloze botanische prints op een witte achtergrond, afgemaakt met wit borduurwerk en strikjes. Strawberry heeft een print die doet denken aan een bloemenweide, eveneens met zomerse details zoals strikjes en kant. Eyecatchers in de badmodecollectie zijn de bikini Zodiac en het badpak Rumble. Zodiac heeft een 'hippie chic'-look door de combinatie van levendige kleuren met een zwarte omzoming. De Zodiac wordt geleverd met een hoge tailleslip en een beha die samen goed met een (diep uitge-

smeden) jurk te dragen zijn. De Rumble ziet er door een patroon van bloemen en bladeren ronduit tropisch uit en valt uitstekend te combineren met een OnePiece in bijvoorbeeld wit of zwart.

### Collectienieuws Huit

In de s/s16 lingeriecollectie combineert Huit8 emotie en moderniteit. Er is volop gebruik gemaakt van exclusieve en zachte materialen. Wat betreft het kleurgebruik is gekozen voor tinten die de natuurlijke glans van de huid beter laten uitkomen, zoals Perzisch blauw, flamboyant roze, neon-oranje en kolibrie. Ook zijn er pastelkleuren zoals paardenbloem, aqua en amandel die doen denken aan de kleuren van make-uppoeder. Visite Privée is een elegant setje met een

## Wacoal zet merkenportfolio vol in de spotlights met spectaculaire catwalkshow in Amsterdam

exclusief geometrisch motief en Zwitsers borduurwerk uit verguld lurexdraad op delicate tulle. De naam Charmante spreekt voor zich met wederom Zwitsers borduurwerk in een Arabesque motief. Bij Plein les Yeux is gebruik gemaakt van opvallende geometrische vormen in Calais' kantwerk op tulle. Dress Code is een lijn die optimaal comfort biedt voor alledag met zacht satijn met strepen van tulle.

Voor de badkleding van 2016 heeft Huit inspiratie gehaald uit architectuur met bijzondere visuele effecten als resultaat. De meest glamoureuze lijn is Golden Girl, een badpak met zwarte lijnen en chique stiksels op de elegante stof. My All is ook een luxueuze serie, met een mooie afwerking die de vorm van het lichaam benadrukt. Er is gebruik gemaakt van nude details om de illusie van transparantie te creëren. De gracieuze Absolutely chic getuigt van goede smaak met het geweven materiaal, streepeffecten en de contrasterende 'croquet' finish. De Lady Soul heeft een patroon dat etnisch aandoet met veel felle kleuren en wordt afgemaakt door de gesp in de vorm van het cijfer acht. Ten

slotte is er de Pink Tonic, die Mexicaanse invloeden combineert met modieuze donkere details.

### Collectienieuws Fantasie

Wat betreft de lingeriecollectie voor komende lente en zomer gaat Fantasie voor elegantie, stijl en moderne accenten. Sensueel is de Marianna-collectie, die in een nieuwe zilverkleurige variant beschikbaar is en is versierd met kant en siersteentjes. Verder zijn er verschillende beha's die iedere vrouw er op haar mooist uit laten zien en tegelijkertijd maximale ondersteuning bieden tot en met J-cup. Een geheel nieuwe collectie is 'Amelie', die elegantie combineert met een 'touch of glamour'. Deze lijn is leverbaar tot en met L-cup en wordt gekenmerkt door luxe Zwitsers kant in florale motieven.

Levendige kleuren, prachtige vormen en geweldige ondersteuning zijn de belangrijkste kenmerken van de nieuwe Fantasie-swimwearcollectie. De 'Jungle-trend'

komt mooi tot uiting in de Kuranda-lijn, waarvan de verschillende modellen zijn afgewerkt met ringen van geborsteld metaal. De tweede lijn, Milos, is herkenbaar aan abstracte prints, goudkleurige accenten en een glamoureuze styling. Om de lijn helemaal af te maken introduceert Fantasie een bijbehorende kaftan.

### Wacoal, Elomi en b.tempt'd

Een highlight in de Wacoal s/s16-collectie is de 'Purity'-lijn die klassieke lingerie op geraffineerde wijze combineert met katoenen onderwear voor elke dag. b.tempt'd gaat voor pure verleiding en levendige koraaltinten met de b.sumptous-collectie. En, last but not least, bij Elomi ligt de nadruk op subtiele dierenprints en combinaties van zwart met rood- en rozetinten in een breed maatbereik tot en met K-cup.

*Wilt u uitgebreider geïnformeerd worden over de nieuwe lente/zomercollecties van Wacoal? Het team van Wacoal Europe komt graag naar u toe! Ook bent u van harte welkom in de stand tijdens LingeriePRO (hal 1, stand B110/C111).*

Meer informatie:  
Wacoal Europe  
Edwin van den Bergh

Tel. 0800-0226317  
edwin.vandenbergh@wacoal-europe.com  
www.wacoal-europe.com

Freya Strawberry



SPRING SUMMER

**2016**

WOMEN AND MEN

## JellyCoe opent ruime nieuwe showroom in Gent

Na een grootschalige verbouwing die twee jaar in beslag heeft genomen werd de nieuwe showroom van JellyCoe eind april officieel geopend. Op ruim 700 vierkante meter komen de merken Woody, Lords&Lilies en Manned hier uitstekend tot hun recht.



Michel Van De Velde

Een belangrijk onderdeel van de opening was een toespraak door zaakvoerder Michel Van De Velde, die op een vermakelijke wijze inzicht gaf in het succesverhaal van JellyCoe. Dit startte in 1993 op kleinschalige wijze en sinds die tijd heeft het bedrijf prachtige groeicijfers behaald. Het resultaat hiervan is dat de huidige jaarproductie één miljoen stuks benadert, wat lang niet gek is wanneer je bedenkt dat in het allereerste seizoen slechts drieduizend stuks werden verkocht. Ook veelzeggend is de groei van het personeelsbestand van tien naar dertig medewerkers tussen 2007 en vandaag.

Voor de nabije toekomst schetste Michel Van De Velde een koers waarin geëngageerd ondernemen steeds belangrijker wordt. Nu al is een groot gedeelte van de collecties Ökotex-gecertificeerd en dit percentage gaat de

komende jaren alleen maar toenemen. Daarnaast is de Woody Foundation opgericht, die verschillende goede doelen ondersteunt zoals een project in de Zuid-Afrikaanse townships. Verder streeft JellyCoe naar meer flagshipstores in België, dit ter aanvulling op de flagshipstore die onlangs werd geopend in Hasselt.

De officiële openingshandeling verrichtte Michel Van De Velde samen met zijn zakenpartners Ronald Evenaert en Mehmet Batur die ook een zeer belangrijk aandeel hebben gehad (en nog altijd hebben) in de ontwikkeling van JellyCoe.

*De nieuwe showroom is gevestigd aan de Overzet 14a in Gent (B). Voor meer informatie neemt u contact op met:*

JellyCoe  
Tel. +32 (0)9 2170089  
[www.jellyco.be](http://www.jellyco.be)



## Amoena jubileert en brengt ode aan dappere vrouwen



Meer informatie:  
Amoena Benelux  
Tel. +32 (0)2 4642100  
[www.amoena.com](http://www.amoena.com)

**In 1975 begon Amoena met de productie van siliconen borstprothesen. Het Duitse bedrijf heeft zich sindsdien ontwikkeld tot één van de marktleiders binnen dit segment. Comfort wordt altijd gecombineerd met technologie om beha's, borstsymmetrieproducten en zwemkleding te maken die voldoen aan de eisen die vrouwen met borstprothesen stellen. Dit jaar viert Amoena niet alleen het eigen veertigjarige bestaan, maar ook de dappere vrouwen die het geholpen heeft.**

De nieuwe collectie van Amoena biedt ruime keuzemogelijkheden door een veelzijdigheid aan zowel felle als pastelkleuren. Er is veel ruimte voor leuke details zonder het klassieke, elegante design uit het oog te verliezen. Omdat vrouwen na een borstoperatie meer dan ooit tevoren hetzelfde ondergoed willen dragen als ervoor, biedt Amoena veel stijlen lingerie, zwemkleding, ondergoed voor nacht en dag, loungekleding en sportkleding. Hierbij gaat het merk uiteraard mee met de laatste mode.

### Productlijnen

De ondermodelijn voor iedere dag valt op door de lijnen Jane met abstracte dierenprints en Lara Satin met terracotta kleuren. De verleidelijke lingerielijn Seduction is geïnspireerd op Parijs en bestaat uit delicate setjes in zachte en dromerige kleuren. De sportkleding richt zich vooral op yoga met kalme setjes en op hardlopen met een nieuwe hoodie en ondersteunende sportbeha, T-shirt en capri. Voor de thuisblijvers is er een lijn die zich kenmerkt door de kleur berry en de paisley-motieven. De vrijetijdslijn heeft een rustige look in berry of marineblauw. De zwemkleding heeft kleuren variërend van zwart en wit tot felle kleuren roze, turquoise, oranje, bruin, blauw en rood, soms bijna neonachtig. Prints variëren van jeugdig tot tijdloos. Hiermee is er dus ook zwemkleding voor alle stijlen, van bescheiden tot elegant of flirty.



Van der Linde Lingerie beschikt over drie vestigingen in de regio Zuid-Holland en behoort tot de meest succesvolle bodyfashionspecialzaken van Nederland. Mede-eigenaresse Rafke van der Sleen - Van der Linde kent de sector door en door, heeft een heel eigen kijk op ondernemen in de bodyfashionbranche en weet als geen ander hoe een lingerspecialzaak tot een (commercieel) succes gemaakt kan worden. Redenen genoeg dus waarom zij columnist van Second Skin is. Rode draad in Rafkes columns zijn kwesties waar bodyfashion-retailers in de dagelijkse praktijk mee te maken hebben.

klant bezig zijn die iets van zeventig procent korting koopt dat kan financieel haast niet. Bovendien zijn klanten ook niet gek, dus die wachten op de uitverkoop. We verpesten onze eigen handel hiermee.

We moeten artikelen gaan brengen dichtbij het seizoen dat ze gedragen worden. En niet meer honderden modellen per seizoen, maar enkele mooie series. Met modellen die de klanten kennen.

Want wat verkopen we nou eigenlijk allemaal het beste?! Die beha die al meer dan achttien jaar gemaakt wordt, de bestaande classic of in ieder geval hetzelfde herkenbare model, maar dan telkens in een ander kleurtje.

## De omgekeerde wereld

En voor klanten is de huidige situatie ook een geestelijke gruwelijkheid die zijn weerga niet kent, dat ze ieder seizoen op weer op zoek moet naar een nieuw beha-model dat goed past.

Het model dat bij sommige fabrikanten al jaren in de collectie zit is vaak ook het beste! Waarom? Door zijn lange levensduur is deze beha geoptimaliseerd 'To the Max', verbeterd waar nodig, maat series uitgebreid, etc. Tot perfectie gemaakt dus.

Ik weet zeker dat ladies die al langer in de lingerie werken, en in de winkel staan de volgende modellen bijna allemaal kennen:

De Hedona, de Melina, 527, de Avero, de Madison, de Emotion, de Neon 40, de 5490..... moet ik even doorgaan?

Ik bedoel, koop een paar duurdere, mooie stukken lingerie en doe er ook langer mee.

De overconsumptie is nu wel een feit door de goedkope, slechtgemaakte spullen die tegenwoordig volop te krijgen zijn. En dan beginnen ze nu weer over Retro, upcycling en duurzaamheid. Slaat ook nergens op. Als we deze ratrace doorbreken is dat helemaal niet nodig.

Wat ik voorstel levert de leverancier meer geld en tijd op, levert de winkelier meer geld en tijd op en levert de klant het product op het juiste moment met een goede kwaliteit. Minder afval en minder opruiming. De klant krijgt waar voor haar of zijn geld op het moment dat zij/hij daar voor kiest.

Zo. Probleem opgelost! Toch?

Rafke van der Sleen - Van der Linde

De vakken met de beeldige badmodecollectie dunnen langzaam maar zeker uit. De fabrikanten die een nabestelmogelijkheid hebben nemen de telefoon niet meer op want er is niks meer. Gedurende de dag hebben we zoveel telefoontjes van mensen uit de verste hoeken van Nederland met de vraag of dit of dat bikinietje nog te krijgen is. De zomer is nog niet begonnen. De vakanties komen eraan voor veel mensen. En we hebben haast geen badgoed meer!

Langzaam aan druppelen de meest prachtige mohair peignoirs en flanelen pyjama's en nachthemdjes met verleidelijke, donkere kleuren ons magazijn in. Slofjes met bontrandjes en bijpassende vestjes erbij. Maar daar zit ik nu helemaal niet op te wachten.

Daarnaast ben ik druk bezig om inkoopafspraken in te plannen voor de zomercollecties 2016. En zijn we de voorbereidingen aan het treffen voor de uitverkoop van de zomercollecties van 2015. En daarom vraag ik mij af: kunnen we dit niet omdraaien ofzo!?

Ga nou eens in de winter een jas kopen. Die vind je niet of alleen in de uitverkoop en dus niet meer in de goede maat. Loop je voor lul met een kleur die je niet eens mooi vindt en trekt het jassie onder je armen want het is te klein.

Zomersandaaltjes als het dertig graden wordt? Uggs hebben ze, de rest is op. Ok, we zijn dan wel een land met een gevarieerd klimaat en temperatuurveranderingen zijn eerder regel dan uitzondering. En de klant reageert op die klimaatverandering. Maar de collecties dus niet. Ik word er echt knettergek van.

En als er nieuwe spulletjes komen in de lente, is het in juni al weer oud. Met drie maanden kan alles in de uitverkoop, tegenwoordig haast vanuit de doos. En je kunt het beter weggooien dan in de uitverkoop doen. Oeverloos met die




**CharlieChoe**  
 SLEEPWEAR



Sales: ZEZ lifestyle, The Cube Centre Showroom 2.34 [www.charliechoe.com](http://www.charliechoe.com)

SPRING/SUMMER 2016



**Wonderbra®**



Es van Schijndel Sales BV - T. +31 (0)20 497 49 75 - [info@esa-eu.com](mailto:info@esa-eu.com)  
 Bodyfashion Cube Centre Almere Showroom 2.10  
[www.WonderbraOnline.nl](http://www.WonderbraOnline.nl)
 @WonderbraOnline

**SYL**  
 Big Size Lingerie  
 ZOMER 2016



[www.syl.eu](http://www.syl.eu)

# Nieuwe **Maryan Mehlhorn** Beachwear-collectie is spannend en gevarieerd!

De grote Duitse badmodespecialist Maryan Beachwear Group heeft de verschillende zomercollecties voor 2016 gepresenteerd. De nieuwe Maryan Mehlhorn Beachwear-collectie kenmerkt zich door felle kleuren, uiteenlopende motieven en veel details zoals borduursels en plooiën. Samen zorgt dit voor spannende, trendy badkleding die zich op een positieve manier onderscheidt. Een greep uit de collectie:



## Softline

Softline is strandkleding in zijn puurste vorm. Deze serie is sneldrogend, comfortabel en verkrijgbaar in zwart-wit of een uni kleur. Hierdoor ziet deze lijn er rustig uit en kan deze makkelijk gecombineerd worden met designs uit de rest van de collectie. Er is ook een bijpassende sarong verkrijgbaar.

## Avantgarde

De Avantgarde-lijn ziet er eenvoudig maar toch luxueus uit door het gebruik van ajour stiksels in ruitpatroon. De straps zorgen ervoor dat de rug en het decolleté benadrukt worden. In combinatie met een zwarte zijden tuniek kan dit badpak zelfs doorgaan voor avondkleding.

## Oceania

Deze lijn valt op door het gebruik van witte lussen aan de bovenkant van zowel het topje als de hipster van deze bikini, die verder in rustig marineblauw of zwart is uitgevoerd. Dit geeft de Oceania een nautische uitstraling.

## Vibration

Deze op Zuid-Amerika gebaseerde serie valt op door de vele details, zoals de wollen borduursels en meerdere soorten parels en pailletten. Dit, samen met de frisse en levendige kleuren, zorgen voor een verrassende 3d-look. Deze kan afgemaakt worden met een witte linnen tuniek met borduursels of een kaftan van crêpe de Chine.

## Arabesque

Deze serie heeft een patroon van zachte orchideeën in blauw en roze in combinatie met barokke schelpatronen. Het contrast tussen deze twee zorgt ervoor dat de Arabesque lijn de aandacht trekt, zeker de varianten met de bijzondere neksluiting.

## Mermaid

Dit dromerige design is zichtbaar geïnspireerd op zeemeerminnen. Dit valt op door de kleurencombinatie 'deep sea', een combinatie tussen blauw en groen, het patroon en het gebruik van details als ruches. Dit design is er als badpak en bikini. Het plaatje kan afgemaakt worden met de bijpassende asymmetrische sarong of een unicolor tuniek met glitter.

*Meer informatie, ook over de andere merken van de Maryan Beachwear Group:*

Maryan Beachwear Group  
Onno Mijs (Country Manager Nederland)  
Tel. +31 (0)6 34046200, [www.maryanbeachwear.de](http://www.maryanbeachwear.de)

Gina Hermans Agenturen (voor België)  
Tel. +32 (0)496 56 99 45, [gina.hermans@telenet.be](mailto:gina.hermans@telenet.be)



## LingeriePRO viert 15e verjaardag en 30e editie

LingeriePRO is met 125 exposanten en 650 bezoekers de grootste lingeriebeurs van de Benelux, gehouden in Antwerpen. Eind 2000 begon de halfjaarlijkse beurs, op een moment dat er helemaal geen ruimte leek voor een lingeriebeurs in België. Nu, vijftien jaar en dus dertig edities later, blijkt de beurs toch een succes. Ook uit Nederland komen er steeds meer producenten op af. Wat verklaart dit succes?

Eerst was LingeriePRO vooral een lokale beurs. In 2009 veranderden het aankoop treffen in een professionele vakbeurs. De eerste editie van deze vernieuwde LingeriePRO trok de belangstelling van vijftig standhouders, maar dit aantal groeide snel. Niet alleen lokale importeurs en distributeurs maar ook de merken zelf waren steeds meer op de trade fair te zien. Dit jaar verwacht LingeriePRO 128 bedrijven te verwelkomen. Een up-to-date exposantenlijst is te vinden op de website.

### Sfeer en persoonlijk contact

De organisatie van LingeriePRO denkt dat het succes van de beurs deels te verklaren is door de prettige sfeer op de beursvloer. "In Japan ontwikkelt men een trein die snelheden moet halen van boven de 600 km/u. 'Snel en efficiënt'



### Deelnemers

De LingeriePRO trekt 128 exposanten aan in 2016, waaronder veel van de belangrijkste spelers in de lingeriebranche. Zo zijn veel van de bedrijven uit deze uitgave van *Second Skin* ook in Antwerpen te zien. Nieuwkomers op de beurs zijn Bcommerce, Jolidon/Affinitas, Vlevina Fashion Agency (Mammae, Blumarine, Lionella), Marc & André, Vicky Bonheur en Wolford. De complete lijst van exposanten is te vinden op [www.lingeriepro.be](http://www.lingeriepro.be).



is blijkbaar het ultieme doel. Laat LingeriePRO daar nu liever wat tegenin gaan. Gemoedelijk, persoonlijk contact en fijn handelen is de spirit", aldus organisator Philippe Bracke. Over de gemoedelijke sfeer onder de exposanten vertelt medeorganisator Sabine Verhaege: "Bij ons is er geen moordende concurrentie maar gaan de exposanten als conculega's met elkaar om. Het is dan ook geen toeval dat we een wachlijst hebben van exposanten die willen deelnemen."

### Europa

De Benelux is bekend als een goede testmarkt om de export van merken een boost te geven. Er zijn dan ook steeds meer bedrijven van buiten Nederland en België geïnteresseerd. Toch is het stijgende aantal Nederlanders onder de exposanten en de bezoekers het meest opvallend. Een Nederlandse exposant op LingeriePRO vertelt over zijn keuze voor de Vlaamse beurs: "Antwerpen staat ook bij ons bekend als modehoofdstad en als bourgondische cultuurstad. Deelnemen aan deze beurs betekent dat we het nuttige aan het aangename kunnen koppelen. Zo kunnen we ne de beurs ook nog afspreken met klanten in een gezellig restaurant."

LingeriePRO vindt plaats op zondag 26 en maandag 27 juli 2015 in de Waagnatie Expo & Events, hal een en twee te Antwerpen. Kijk voor meer informatie op [www.lingeriepro.be](http://www.lingeriepro.be).

## Rosy vindt zichzelf opnieuw uit

Rosy is een Frans lingeriebedrijf, dat al bijna zeventig jaar actief is. Voor de collectie van 2016 heeft het merk aangegeven zichzelf opnieuw te hebben uitgevonden. Het persbericht vermeldt nog geen specifieke informatie over de collectie, maar gaat wel in op de globale lijn die we van het nieuwe Rosy kunnen verwachten.

In 1947 werd Rosy in Parijs opgericht en al snel begon het merk op te vallen door de creativiteit van zowel de collecties als de opvallende reclamecampagnes. Rosy heeft altijd de ambitie gehad om het vrouwelijke lichaam te eren door het aanbieden van hoogwaardige, elegante en sensuele lingerieontwerpen. Hiervoor heeft Rosy altijd gebruik gemaakt van hoogwaardige materialen zoals kant, zijde, borduurwerk en satijn gecombineerd met goede afwerking en mooie details.

Rosy is trots op de historie van het merk en haalt hier inspiratie uit om trendy vintage lingerie te creëren. Dit blijft zo; niet voor niets is Rosy nog steeds gevestigd waar het begon, in Parijs. Toch zal Rosy ook veel gaan vernieuwen. Zo gaat het de merknaam eer aandoen door puur te focussen op de kleur roze, van de lichtste nude tot de donkerst mogelijke variant. Hierbij is er altijd sprake van een twist door een contrasterende kleur of stof. De lingerie wordt ontworpen zodat de draagster zichzelf ermee kan verwennen en plezier van mode kan ondervinden. De beoogde draagster is rond de 35 jaar, spontaan, levendig en houdt van mode. Ze koopt vooral gebaseerd op plezier en emotie.

Monica Cerny presenteert Rosy en de swimwear van Despi in showroom 1.05 van het FashionDome.



Meer informatie: MC Fashions, Tel. +31 (0)6 29057759,  
www.moniacerny.com

## Wonderbra heeft ultieme beha verbeterd



De bestverkopende en meest bekende beha van Wonderbra, de 'Ultimate Strapless', is vernieuwd. Door innovatieve technieken is de strapless beha nu nog comfortabeler geworden. Daarnaast zijn voor 2016 ook de nieuwe prints en kleuren bekendgemaakt.

De 'Ultimate Strapless' beha is al sinds zijn lancering een succesverhaal voor Wonderbra. Het is het bestverkochte model van het merk. Het is dan ook een bijzondere beha die geen behabandjes heeft maar wel comfort biedt. Toch heeft Wonderbra de 'ultimate' beha voor 2016 weten te verbeteren. Ten eerste is nu de hand support technologie toegepast. Dit is een ondersteunende structuur van polycarbonaat in de vorm van een hand. Verder is de siliconenstrip op de rugband vervangen door siliconendots. Deze zijn net zo goed in staat om de beha op zijn plaats te houden, maar zijn comfortabeler omdat de band hierdoor beter ademt en huidirritatie als gevolg van frictie wordt tegengegaan.

### Nieuwe stijlen

Op het visuele vlak zijn de nieuwe prints en stijlen bekend gemaakt. Zo zijn er twee nieuwe lijnen: Minimal Chic en Refined Glamour. De eerste ziet er vrouwelijk uit door het gebruik van kant en structureert het lichaam op een subtiele maar sexy manier. Refined Glamour maakt nog meer gebruik van kant, in arabeske motieven.

Meer informatie:  
Es van Schijndel  
Tel. +31 (0)20 4974975  
www.esa-eu.com

◀ De vernieuwde Ultimate Strapless in de eveneens nieuwe serie refined glamour

Vochtregulerende Coolmax-vezels voor een aangenaam huidklimaat.

Ademende hals.

Extra diepe V-hals blijft onder een business-hemd onzichtbaar.

Inzetstukken onder de oksels tegen zweetvlekken.

Onder het hemd niet zichtbaar.

Comfortmodel met extra lang rugpand.

OOK IN  
DE KLEUR  
SKIN.

# HeT eR0nDerHeMd.

Mey Dry Cotton Functional. Business class met airco.



## DKNY vernieuwt

Het merk DKNY is flink onder handen genomen. Zo is de assortimentsopbouw inzichtelijker gemaakt door vijf basiscollecties te creëren. In het najaar van 2015 komt hier nog een lijn bij. DKNY richt zich meer op Europa en er is ook een nieuw gezicht gevonden in de persoon van Cara Delevigne. Een overzicht van de veranderingen.

DKNY is uiteraard geworteld in New York en het merk wil de sfeer van 'the Big Apple' dan ook uitdragen. Hierbij zijn vooral het internationale aspect, de snelheid en de authenticiteit van de stad belangrijk. Toch richt DKNY zich steeds meer ook op Europa; het merk is intussen in lingeriepecialzaken en warenhuizen door heel Europa verkrijgbaar. Specifiek richt DKNY zich op vrouwen tussen de 25 en 45 die modern, urban en modebewust zijn en veel waarde hechten aan stijl, functie, kwaliteit, waarde en variatie. Om aan dit laatste tegemoet te komen biedt DKNY een breed assortiment aan waardoor er voor elke situatie passend ondergoed bestaat.

### Vijf basisseries en uitbreidingen

Om te voorkomen dat de klanten door de bomen het bos niet meer zien is de modellencollectie inzichtelijker gemaakt. Dit heeft DKNY gedaan door vijf basisseries aan te stellen als kern van de collectie. In het najaar van 2015 komt hier de nieuwe basisserie Modern Lights bij. Deze serie straalt hoogwaardig design uit en de beha's zijn vervaardigd met lichtgewicht spacerstof en gaaselementen. Er zijn ook bijbehorende hipsters, strings en shapewear. De topserie Signature Lace wordt uitgebreid met de Plunge Push-up. In het voorjaar van 2016 verschijnen er twee nieuwe basiskleuren. De basisseries zullen ook daarna regelmatig worden aangevuld met nieuwe modekleuren.



### Campagnes

Om aandacht te besteden aan de collectie van DKNY lanceert het merk een wereldwijde marketingcampagne en ook een social mediacampagne van gelijke grootte staat op stapel. Bij deze plannen hoort natuurlijk een aansprekend gezicht en hiervoor hebben DKNY en Cara Delevigne elkaar wederom gevonden. Delevigne stond al model voor de SS15-collectie en dit werd zeer positief ontvangen, met veel publiciteit tot gevolg. Zelf zegt het Britse topmodel dat het voortzetten van de samenwerking geen moeilijke beslissing was: "Mode is voor mij een creatieve uitlaatklep dus toen DKNY mij benaderde om met hen te werken hoefde ik niet lang na te denken. DKNY is urban en edgy maar bovenal een persoonlijk merk."

### Wat hetzelfde bleef

Ondanks alle veranderingen is er aan het prijsniveau niets veranderd. De beha's hebben een geadviseerde winkelverkoopprijs tussen €39,95 en €49,95 en een bijpassende string, hipster of bikini kost €15,95. De beha's zijn verkrijgbaar in cupmaten van A tot en met G.

In Europa wordt DKNY gedistribueerd door Maidenform Brands Intl, onderdeel van Hanes Brands Inc. De volledige collectie kan worden bekeken in het nieuwe Bodyfashion Centrum, Showroom 4.02 in The Cube in Almere. U bent daar op maandag van harte welkom. Wilt u de showroom op een andere dag bezoeken? Maak dan even een afspraak.

Voor aanvullende informatie:

DKNY – Marloes Beckers  
Tel. 0800-0229972 (gratis)  
Tel. +31 (0)6 81568360  
The Cube, Showroom 4.02  
Veluwezoom, Almere  
Marloes.beckers@hanes.com  
www.maidenform.com





wolford.com

**Wolford**

WOLFORD OFFERS A HIGH QUALITY RANGE OF LUXURY TIGHTS AND LINGERIE.  
The unique Wolford products are soft to the skin and comfortable to wear.  
For more information: 0031/20 664 18 40.

## Veel primeurs in de nieuwe **LingaDore**-collecties

LingaDore heeft de voorjaars- en zomercollectie voor 2016 gepresenteerd en er zijn nogal wat nieuwtjes. Naast nieuwe varianten van bekende producten, zoals de UNI-FIT BH, zijn er ook veel compleet nieuwe soorten bodyfashion aan de collecties toegevoegd, zoals een balconette beha en zwemkleding voor mannen.

Misschien wel het grootste nieuws is de introductie van de balconette beha in het gamma van LingaDore. Deze wordt opgenomen in de collectie wegens het succes van de normale UNI-FIT T-shirt beha, de bestverkochte bustehouder van



het merk. De balconette beha is gemaakt met dezelfde 'mould fit' als de normale UNI-FIT en de kwaliteit van de beugel is dezelfde. Wegens zijn elasticiteit past de balconette beha zich perfect aan de borst aan in plaats van andersom. De beha is verkrijgbaar in de maten 70A t/m 90E en 85F.

### Overige ondermode

De balconette beha zal worden toegevoegd in de 'Daily Lace' collectie, bij de modellen Joya, Kenza en Sari. De gehele 'Daily Lace' collectie zal nu naast de zes bestaande kleuren ook in het rood beschikbaar worden. Er is ook een nieuwe padded bh. Deze ziet er bijzonder uit omdat de cups niet direct bij het middenvorstukje beginnen. Ook zijn de pads uitneembaar waardoor het perfecte decolleté gecreëerd kan worden.

### Badmode

In de LingaDore Bad Collectie komen er twee nieuwe bikinstijlen die ook voor de grotere cupmaten zeer geschikt zijn. Na het succes van de voorgevormde bh (BT) in de collectie van 2014 zal deze terugkeren in 2016. De cups en ondersteunende beugels van deze bh zijn voorgevormd en het middenstuk is hoger wat leidt tot meer ondersteuning, ook voor grotere borsten. Ook de niet-gevulde beugelbeha is ideaal voor de grotere maten door de gevoerde cups en de ondersteunende beugels. Het gebrek aan padding zorgt er bovendien voor dat deze beha sneldrogend is. Door het aanpassen van de lengte van de halternekbands kunnen vrouwen de voor hun perfecte hoeveelheid steun zelf regelen. Beide behasoorten zijn in de series Corfu en Bermuda toegevoegd.

### Mannen en kinderen

Nieuw in de collectie is de badmode voor mannen, die bestaat uit een sportieve en modieuze zwemshort in vier kleurencombinaties. Ook voor meisjes komt er wederom, na het succes van deze lijn in de 2015-collectie, een strandlijn. Er zijn vier bikini's met triangle top verkrijgbaar in vier frisse prints.

Meer informatie:

LingaDore  
Tel. +31 (0)315 653202  
[www.lingadore.nl](http://www.lingadore.nl)

### Gratis Pareo

*Bij aankoop van elke bikini-set krijgen klanten nu een gratis pareo, die verkrijgbaar is in zes tropische kleuren en passen bij de bikini. Deze omslagdoek is ook te dragen als cover-up top, sjaal of bandana.*





## Van Mix it tot eronderbroek: de nieuwe collectie van **Mey**

Mey heeft de nieuwe collectie voor de eerste drie leveringstermijnen van 2016 (januari-maart) bekendgemaakt. Bij de dames ligt de nadruk op combineren onder de naam 'Mix it'. Bij de heren is er de keuze tussen de functionele Basics, de creatieve Mey Club-lijn en het exclusieve en hoogstaande Mey Fashion.



*De eronderbroek samen met zijn partner, het eronderhemd*



*Een greep uit de mix-and-matchmogelijkheden uit de serie 'Mix it'*

Het combineren, dat bij de dameslijn een hoofdrol speelt, komt vooral bij de ondermode tot uiting. Zo zijn er drie behamodelen (met of zonder push-up effect en multiway) en zes broekjes (Brasiliano, jazzpant, string-tanga, string, mini-slip en pantyshort). De multiway-beha is nieuw en geeft de mogelijkheid om de schouderbandjes te verwijderen. Ook wat betreft materialen kan er gekozen worden tussen een clean model met kant of tule aan de zijken of een model dat omhuld is met kant. Er zijn drie zachte kleuren mogelijk: Silk (champagne), Lotion (lichtroze) en Satin (bruinachtig).

### Lingerie

Ook veel keuzemogelijkheid is er bij de lingerielijn. Kleuren lopen uiteen van



softe make-upkleuren als Noisette en Lotion met accenten in Melon in de eerste leveringstermijn, via blauwtinten in februari tot lichtroze (Princess) en witte kant in termijn drie (maart). In de eerste leveringstermijn wordt de lingerie gekenmerkt door crème kantversiering, in de tweede termijn door fijne bloemetjes op witte tule en in de derde door witte streeppatronen op zachtroze en gemêleerd roze met witte kant.

### Basic

Het Basic-assortiment wordt uitgebreid door de collectie 'Mey Lovestory' met een roudneck T-shirt in zwart, wit of grijs met lange of korte mouw. Ook komt er een sportief rits-jasje in zwart en grijs. Verder zullen de kleuren en thema's zoals die beschreven zijn bij de lingerie ook hun weg vinden naar de Basic- en Loungewear assortimenten.

### Heren

Het grootste nieuws in de herencollectie is de 'eronderbroek', die het succesvolle 'eronderhemd' aanvult. Dit ondergoed is perfect te dragen onder een pak door de pasvorm, extra platte naden en elastische boordjes die onder een pantalon onzichtbaar zijn. Ook is de eronderbroek goed ademend. Verder is de collectie voor mannen in drie series verdeeld. De Mey Basics zijn vooral functioneel, onder meer door het gebruik van innovatieve stoffen zoals sneldrogend microvezel.

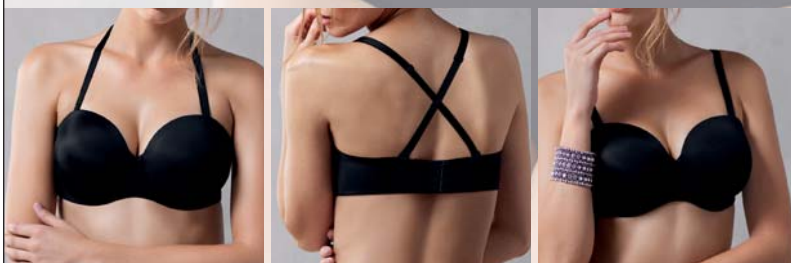
Producten in de collectie Mey Club zijn gericht op lol en bedoeld om met een knipoog gedragen te worden. De basiskleur in deze lijn is Yacht Blue. Ten slotte is er de serie Mey Fashion, die gekenmerkt wordt door opvallende prints, zoals ruiten- en streeppatronen en minimal prints. De kleuren variëren van felle blauw- en oranjtinten (januari) tot grijsschakeringen (februari) en soft roze en donkerblauw (maart).

Meer informatie: Mey GmbH & Co, Tel. +49 (0)74 317060. [www.mey.de](http://www.mey.de)



ROSA FAIA  
BEAUTYFULL

1 bra,  
4 ways to  
wear it!



BFC ALMERE | SHOWROOM C2.44

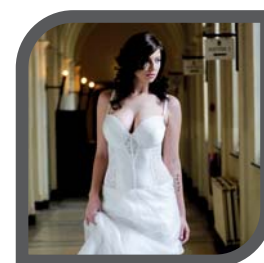
Anita Nederland bv  
Telefoon +31 (0)294 414 446 | E-mail [anita.nl@anita.net](mailto:anita.nl@anita.net)  
[www.anita.com](http://www.anita.com)

STUDIO **intensive**

Wij komen graag met u in contact...

Studio Intensive is hét vaste en betrouwbare communicatie bureau van GPmedia – uitgever van Second Skin. Studio Intensive staat voor INdrukwekkende publicaties, INtense creativiteit en INventieve communicatiemiddelen, zowel online als offline en B2B als B2C.

In alle producties van Studio Intensive zit een aantal ingrediënten verwerkt, waarvan de belangrijkste oog voor detail, een neus voor vakkundigheid en oor voor de wensen van de klant zijn. De doelgroep en de boodschap vormen altijd de insteek: wat moet worden overgebracht en wie krijgt het onder ogen? Alleen zo ontstaan media die doel treffen. In de roos.



*Kijk eens op de website en ontdek de mogelijkheden.  
Graag tot snel, want inderdaad wij komen graag met  
u in contact!*

[www.studio-intensive.com](http://www.studio-intensive.com)

## Acht visies op badmode door **Eva**

Afgelopen maand heeft Naturana volop informatie naar buiten gebracht over de nieuwe badcollectie van het merk Eva. De badpakken, bikini's en tankini's worden geleverd in acht thema's, verspreid over twee levertermijnen. Alle thema's dragen de merkwaarden van Eva uit: zelfvertrouwen, vrouwelijkheid, sensualiteit en verleidelijkheid.

Tijdens de eerste levertermijn, februari, bestaat de collectie uit vijf thema's. 'Blossom' is een elegant thema voor de modieuze en zelfbewuste vrouw, gekenmerkt door een lelieprint en afgemaakt door een gouden accent. Dit thema is uitgevoerd in extra zachte materialen. Het thema 'Sahara' doet woestijnachtig aan door het gebruik van fragiele lijnen in zandkleur en zwart en ziet er, mede door de zwarte volant, modern maar ook stijlvol uit. 'Diamond Cat' ziet er modern uit door patchwork van dierenprint, decoratief bladpatroon en zwart-witte ruiten. De serie 'Velvet', die verkrijgbaar is in mokka, lijkt door het gebruik van de speciale microfaser van velours of leer te zijn. De microfaser voelt zacht en fluweelachtig aan. 'Pure Fashion' is uni (zwart of groen) en gemaakt van Microfaser, wat ervoor zorgt dat de badkleding zacht is en licht aanvoelt voor een ultiem draagcomfort.

### Waterthema's

In maart zijn er veel thema's die te verbinden zijn aan (onder)water. Zo is er 'Ocean Spray', waarbij de modellen met een speciale aquareltechniek zijn vervaardigd waardoor er een vlekkelig motief ontstaat van rood en groen op een witte achtergrond. 'Sleek Blue' ziet er rustig, puur en chic uit door de marineblauwe kleur. Deze sets worden afgemaakt door kleine ringetjes aan de randen waar een lint van satijnen stof doorheen is gehaald. Ten derde is er 'Dressy Lace', die opvalt door de driedimensionale opdruk op eenkleurig microfaser. Ook zijn 'Pure Fashion' en 'Velvet' in de tweede termijn nog beschikbaar, waarbij 'Velvet' is uitgevoerd in koraalrood.

### Maten en eigenschappen

Naturana bestaat sinds 1917 en heeft in de afgelopen eeuw als doel gehad om goede kwaliteit dessous voor een aantrekkelijke prijs te leveren. Aangezien Naturana 'everyday comfort' als uitgangspunt heeft, is ook de functionaliteit en comfort door een prettige pasvorm niet vergeten. Het gebruik van zachte materialen draagt hieraan bij. Omvangsmaten lopen dit seizoen bij Eva van 36 tot en



met 48, cupmaten van A tot en met E. Ten slotte is er ook gedacht aan pareo's en strandjurkjes die met de badkleding gecombineerd kunnen worden om de strandoutfits compleet te maken.

*Meer informatie:*

Naturana  
Tel. +31 (0)26 3193939  
[www.naturana.nl](http://www.naturana.nl)





**DKNY**

## Beachlife SS16: gewaagde prints, sexy-comfy accessoires

De zomercollectie 2016 van Beachlife is geïnspireerd door de hippieleefstijl en wordt gekenmerkt door de combinatie van pastelkleuren en fellere kleuren. Dit zorgt voor een mooi contrast. Er zijn veel bijzondere prints en veel speelse details geven de items uit de collectie een speciale finishing touch.



Er zijn verschillende thema's, variërend van sexy tot sportief. Play of Light is een combinatie van lief en gewaagd. Dit wordt uitgedragen door de combinatie van felle kleuren met streepjes in pastelvarianten daarvan. Het thema Eventide is rustiger, met veel vrouwelijke elementen en warme kleuren. Joyful Jumble, daarentegen, is een uitbarsting van kleuren die zorgen voor een vrolijk en aanwezig geheel. Het thema Beyond the Seas is een combinatie van een nautisch thema en sportiviteit, die doet denken aan de surf-lifestyle. Er zijn ook zeven uni kleuren zonder prints, variërend van rustige en elegante kleuren voor ieder huidtype tot gedurfde trendy kleuren.

### Ivy & Jade

Naast de bestaande modellen, die een nieuwe look hebben gekregen maar wel hun solide pasvorm hebben behouden, zijn er ook wat nieuwe 'specials'. De meest in het oog springende is de set bestaande uit triangeltop 'Ivy' en broekje 'Jade'. Deze set, verkrijgbaar in twee kleuren, is versierd met mooie borduursels en kraaltjes en op het broekje zit een leuk strikdetail. Er zijn nu ook iets gewaagdere setjes, die iets kleiner zijn uitgesneden. Ook de niet-voorgevormde bandeau met verborgen beugel is nieuw. De sportieve top 'Joni' kan tweezijdig gedragen worden en is dus ideaal om mee te combineren en af te wisselen.

### Details

Beachlife heeft op zoveel mogelijk manieren geprobeerd de bikini's specialer te maken. Hierbij is gebruik gemaakt van lasercut details, felle geborduurde bandjes en vooral veel kralen. Deze details halen het gevoel van het vrije strandleven naar boven. Om dit kracht bij te zetten is er een speciaal pakket met aantal accessoires voor op het strand geïntroduceerd. Dit pakket bestaat bijvoorbeeld uit een strandtas, badhanddoek en een kleurrijke clutch. Opvallend zijn de espadrilles, uitgevoerd in twee leuke prints. Ten slotte zijn er nog verschillende soorten overkleding, zoals een gehaakte tuniek, zachte kimono, chifon jumpsuit met lage rug en maxi-jurk met lasercut-bewerking op de rug.

### Ook voor mannen

Na het succes van de collectie voor mannen in 2015, is deze voor dit jaar uitgebreid. Enerzijds zijn er nu stoere en speelse prints. De felgekleurde zijnaad, contrastbanden en gekleurde koordjes zorgen hierbij voor frisse accenten. Anderzijds zijn er elegante modellen met klassieke nautische kleuren beschikbaar.

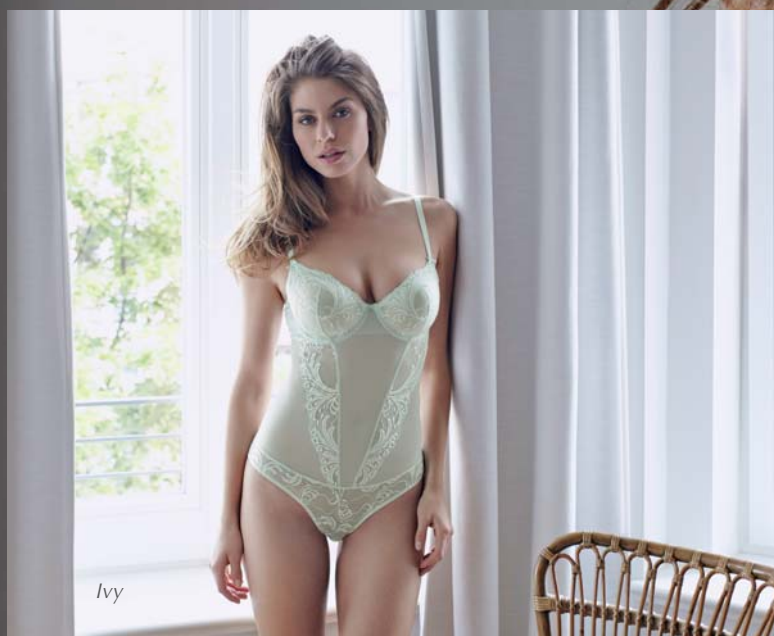
Meer informatie, Beach House BV (voor Nederland) Fashion Dome 1.18,  
Tel. +31 (0)518 401334, [www.beachlife.nl](http://www.beachlife.nl)  
Van Dyck & Partners (voor België) +32 (0)3 60403333



## Verleiding door paradijselijke **Conturelle** lingerie

Conturelle is het luxemerk van Felina. Binnen de collectie van Conturelle zijn er twee lijnen die voor de zomer van 2016 zijn herzien. In zowel het thema 'Garden of Eden' als in de NOS-collectie zijn er twee nieuwe lingerie-lijnen. Binnen het NOS-gamma zijn er daarnaast nieuwe kleuren voor de lijnen Liberté, Provence en Pure Feeling alsmede een nieuwe Shaper body in de Soft Touch-range.

Er is de komende zomer veel paradijselijke lingerie bij Conturelle te vinden. Ten eerste heeft het thema 'Garden of Eden' twee nieuwe productlijnen. De eerste hiervan is Eve. Deze lijn ziet er luxueus uit door het veelvuldige gebruik van borduurwerk in florale motieven. De lingerie heeft een luchtige 'look and feel' door het gebruik van tule en de beha van memory foam zorgt voor extra comfort en ondersteuning. Eve is verkrijgbaar in rood en blauw. De andere serie van 'Garden of Eden' is Ivy. Deze heeft een zomers uiterlijk door de pastelkleuren roze en mint gecombineerd met de kanten bloemmotieven en een bijpassend luchtig comfortgevoel, dat omschreven kan worden als een zomerbriesje op de huid. Het hoogtepunt van Ivy is de beugelbody, die er extra delicaat uitziet door de kanten afwerking.



Ivy

### Verleiding in paradijs

Het 'Eden' thema komt ook terug met nieuwe producten in de NOS-lijn, genaamd Temptation en Paradise. De naadloze Temptation-beha is niet te weerstaan voor vrouwen die romantische lingerie willen die ook comfort biedt. Het is de eerste voorgevormde beha van Conturelle die van kant is gemaakt. Ook is er natuurlijk een beugelbeha. Bij de bottoms kan er gekozen worden uit een minislip, shorty, bikinibroekje en string. Alle producten zijn in zwart en poederkleur verkrijgbaar. De Paradise-producten vallen op door de als een slang kronkelende tule borduursels op de gladde stof. Er is een spacerbeha die met een minislip, shorty of stringpant gecombineerd wordt. Alles in deze collectie is verkrijgbaar in zwart, wit en de modekleur kobaltblauw.

### Nieuwe kleuren en een nieuw model

Veel lijnen in de NOS-collectie krijgen kleine aanvullingen, zoals een nieuwe kleur. De memory foam beha, beugelbeha, minislip, string en bikinibroekjes van de lijn Provence zijn vanaf eind februari leverbaar in de modekleur 'porseleinroze'. Een maand eerder zijn ook de beugelbeha, minislips en bikinibroekjes van de Liberté-lijn in een nieuwe kleur leverbaar: licht taupe. Eveneens is er een nieuwe kleur verkrijgbaar voor de serie Pure Feeling vanaf eind januari: de spacerbeha, stringpant, shorty en heuppanty zullen ook in een zandkleur verkrijgbaar zijn. Een nieuw model is er ten slotte voor de lijn Soft Touch, die zijn naam dankt aan het gebruik van het krachtige maar comfortabele Lycra®. Dit geldt vanaf januari ook voor de nieuwe shaper body, een klassiek bodysuit zonder cups, die samen met iedere beha gedragen kan worden.

Eve



Meer informatie:  
Felina Foundations Nederland  
Tel. +31 (0)70 5112198  
[www.felina.nl](http://www.felina.nl)

## Sapph by Victoria: sexy, powerful en fashion

Op woensdag 20 mei onthulde Sapph dat Victoria Koblenko is aangesteld als guest designer van de nieuwe beachwear-collectie. In Studio Droog te Amsterdam showde het merk de Sapph by Victoria collectie, de eerste van vier vrouwelijke en stoere collecties.



Victoria Koblenko en Roland Kahn te midden van modellen tijdens de presentatie in Amsterdam

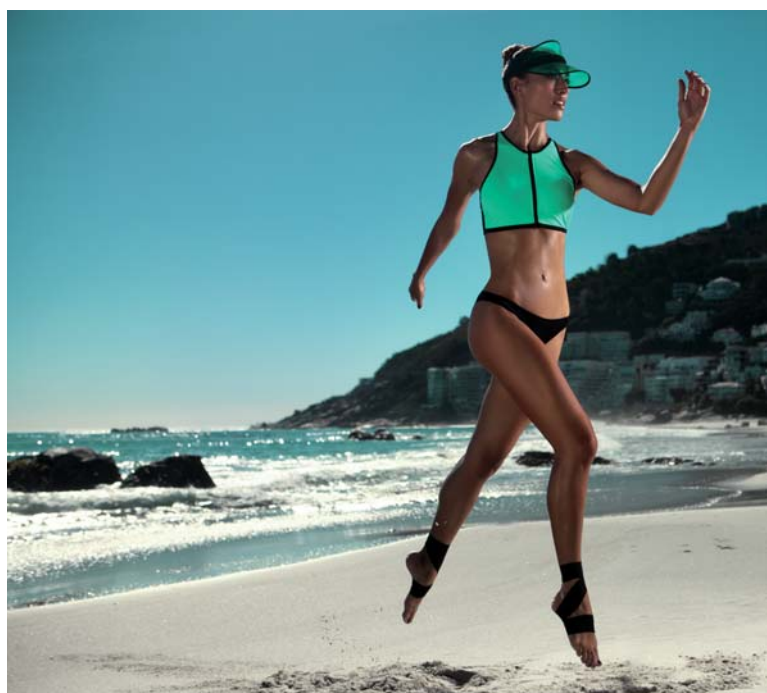
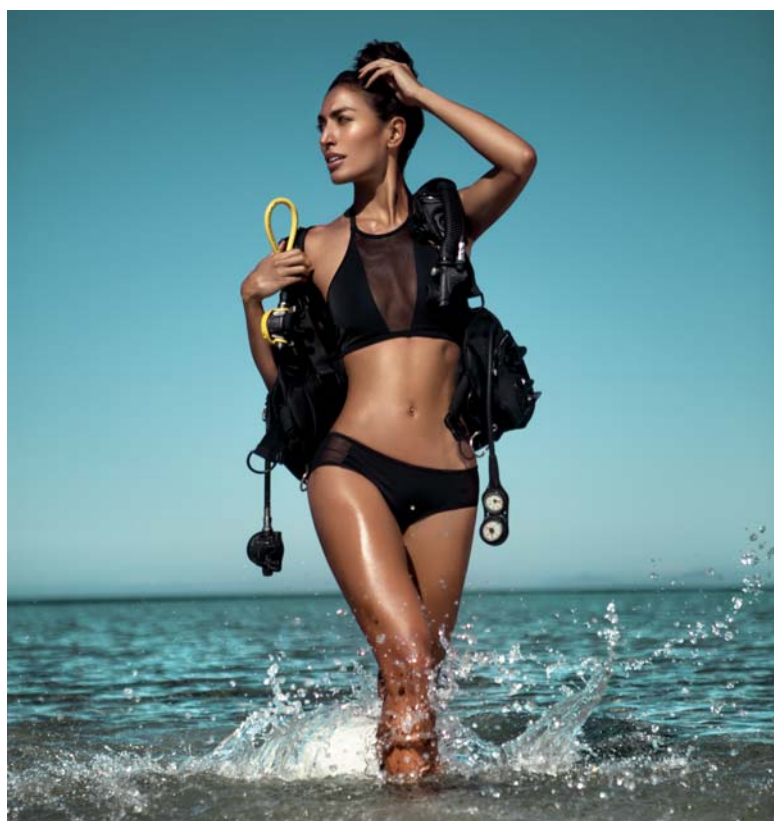
De beachwear van Victoria is geïnspireerd op haar Top-5 favoriete stranden in de wereld. De collectie bestaat uit een badpak met diepe V-hals, een cross-over en triangel bikini's in de kleurcombinaties zwart, taupe en aqua. Er wordt gebruik gemaakt van sporty mesh, grafische lijnen en Brazilian cuts. Alle combinaties zijn mogelijk door middel van het handige mix en match concept.

### Multi-talent

Sapph heeft naar eigen zeggen voor Victoria als guest designer gekozen vanwege haar talent, schoonheid en kracht. "Victoria is een multi-talent, ze heeft beauty & brains en heeft een succesvolle carrière opgebouwd. Victoria is een fashionicoon met een vooruitstrevende kledingstijl waarmee ze de Nederlandse vrouw inspireert. Zij sluit daardoor goed aan bij de ontwikkeling van Sapph", aldus Robin de Kort, marketing & communication manager Sapph.

### Killer underwear

Zelf is Victoria erg trots op het resultaat van haar beachwear-collectie. Ze beschrijft de stijl van de swimwear met woorden als sensueel, elegant en eigenzinnig. Het was haar missie om als lingerie-ontwerpster 'killer underwear' te ontwerpen,



waarbij mode en functionaliteit naadloos op elkaar aansluiten. Hiermee kunnen vrouwen zich sexy, krachtig en tegelijk uniek voelen. "De collecties die ik als guest designer voor Sapph heb ontworpen zijn het trotse resultaat van mijn zoektocht naar de ideale lingerie en beachwear", aldus Victoria Koblenko. De Limited Edition 'Sapph by Victoria' collectie was op 2 juni 24 uur lang exclusief verkrijgbaar via Vente-Exclusive.com. Daarna is de swimwear te vinden op Sapph.com en wordt het verkocht in grote winkelketens en geselecteerde speciaalzaken.

### Tienjarig bestaan

Het lingerie- en swimwearmerk Sapph bestaat in 2015 tien jaar en is in die tijd uitgegroeid tot een merk met een grote naamsbekendheid. Van het merk kan men luxe en kwaliteit met een speelse knipoog verwachten. In dit jubileumjaar presenteert het merk de volledig vernieuwde look & feel met het 'Every Sapph Starts a Story'-concept. Hiermee worden vrouwen krachtig neergezet in campagnebeelden waar een verhaal achter schuilt.

Voor meer informatie: Sapph  
Tel. +31 (0)30 6346610  
[www.sapph.com](http://www.sapph.com)

# Yoga en Sport BH's



Voor meer informatie: Marietta Sluijter, Tel: 06-51113353, e-mail: [marietta.sluijter@rohnisch.com](mailto:marietta.sluijter@rohnisch.com)



Lingerie Tradefair



**ANTWERPEN**  
WAAGNATIE

**26 & 27 JULI 2015**  
9.00u. - 18.00u.

Gratis inkom op  
[www.lingeriepro.be](http://www.lingeriepro.be)

Quotes van bezoekers :

'LingeriePRO is een grote  
snoepwinkel voor de vakvrouw'

'Ontspannen "shoppen" in een  
inspirerende omgeving'

**JOIN US  
FOR BEACH  
& LINGERIE**





## Badcollectie **Rosa Faia** staat voor elegante sexappeal en volop combinatiemogelijkheden

De collectie van Anita en submerk Rosa Faia is dermate groot dat deze rekening houdt met de bodyfashion-wensen van alle vrouwen, ongeacht hun stijl, lichaam of leeftijd. In de nieuwe collecties voor s/s16 zijn er verschillende sportbeha's, vrijetijdsbeha's en romantische setjes, maar er zijn ook volop beha's voor vrouwen uit elke fase tijdens (en direct na) de zwangerschap en voor vrouwen met een borstprothese. Omdat we ten tijde van het uitkomen van deze Second Skin – hopelijk – verkeren in de warmste tijd van het jaar, concentreren we ons op de strandmodelijn van Rosa Faia voor 2016.



Rosa Faia is de bodyfashionlijn van Anita die staat voor jonge lingerie en badmode voor vrouwen met elk figuur. Cupsizes gaan van A tot en met I, omvangmaten van 36 tot en met 48. De bad- en strandmode voor 2016 kenmerkt zich door de eigenzinnige stijl en elegante sexappeal. Er zijn veel verschillende modellen en kleuren leverbaar voor veel mix and match-mogelijkheden.

### Kleuren en designs

Ten eerste zijn er rustige uni-modellen in kleuren als chilirood en azuurblauw. Verder zijn er vele prints verkrijgbaar in deze lijn. Er is een

nieuwe frisse print van papaver in roodtinten met een zwart-witte dierenprint. Er zijn stippenpatronen en streepdesigns, uitgevoerd in zwart-wit of azuurblauw met wit en er zijn veel setjes geïnspireerd op exotische stranden met bloemen-, schelpen- en vruchtenprints en grafische patronen. De badkleding in turkoois en glans-effect of met een tweetonige 'New Romance' print combineert bloemen met geometrische vormen. Ten slotte is er dan nog de zwemkleding, die donkerdere kleuren combineert met dynamische contrastkleuren en crossback. In totaal zijn er negentien kleuren die terugkomen in de badmodecollectie van Rosa Faia.

### Modellen

Bijna net zoveel keuze als bij de kleuren en prints is er ook qua modelvarianten. Zo is er een gewone bikinitop tot en met cup I met 'Special Big Cup Support', een push-up bikini, drie soorten bandeaubikini's (met of zonder schouderbanden en als neckholder), tankini, badpak met binnenschaal en decolleté of bandeaubadpak. Ook is er een grote variatie in slips, van klassiek tot sexy gesneden en als hipster, plooibaar of tot aan de bikinitop rolbaar. Ook zijn er pareo's, blouses, tunieks, jurkjes, rokken, shorts, jumpsuits, poncho's en badjassen om over de badkleding heen te dragen. Ook in deze collectie is er dus voor ieder wat wils!



### Anita Care – Miss Ribbon

*Anita biedt zoals bekend veel producten voor vrouwen met borstprothesen. In de Anita Care-collectie voor lente/zomer 2016 zijn er zeven nieuwe beha-modellen, die variëren van charmant, delicaat en vrouwelijk tot functioneel, comfortabel en verhullend. De 'Miss Ribbon', bijvoorbeeld, ziet er betoverend uit door de gedetailleerde strikjesprint die doorloopt op de schouderbandjes. Wat betreft functionaliteit staat deze beha geheel in het teken van een aangenaam draagcomfort.*

Meer informatie: Anita Nederland BV, tel. +31 (0)294 414446, [www.anita.nl](http://www.anita.nl)



After Eden  
Beach

SPRING  
SUMMER 2016

Verkoop en info:  
THE BODY COVER GROUP  
+31 (0) 416 66 80 80  
[info@bodycovergroup.com](mailto:info@bodycovergroup.com)

## Aubade in Caribische sferen

Voor de nieuwe zomercollectie van Aubade heeft het lingeriemerk inspiratie opgedaan uit het ouderwetse piratenleven en de Cariben. Dit uit zich onder andere in de rode kleur 'pirate' en het motief 'black pearl'. Haal het anker op, hijs de zeilen en ga mee op ontdekkingsreis met de nieuwe collectie van Aubade!

De lijn die misschien wel het meest op piraten is geïnspireerd is 'La belle corsaire'. Door het vele gebruik van kant en arabesque- en bloemmotieven in twee kleuren zien de setjes uit deze serie eruit alsof ze zo van de set van 'Pirates of the Caribbean' zijn gekomen. Toch is de lingerie ook comfortabel. Zo zijn de behaandjes, die voorzien zijn van een print, extra zacht. Een kleine satijnen strik tussen de cups van de beha maken het plaatje af.



### Camée Sutra

Dit is de huwelijkslijn, waarbij er veelvuldig gebruik is gemaakt van kant en borduurwerk. Er zijn twee sets verkrijgbaar. De eerste heeft een delicaat guipure motief waarin veel bloemen terug te vinden zijn. Als speels detail zijn er satijnen strikjes toegevoegd, bijvoorbeeld tussen de cups en achterop de slipjes. De tweede set maakt gebruik van kant in Calais-stijl.



Ook hier zijn veel bloemmotieven zichtbaar op het ruitjespatroon. Naast het verfijnde kantwerk valt deze serie op door de dubbele behaandjes (niet op de ¾ cup bh) en de guêpière, die het setje een enorm sexy uitstraling geven voor de huwelijksnacht.

### 5000 Bahia

De meest Caribisch uitziende serie is de 5000 Bahia, die een 100% Creoolse recreatie is van Bahia. Dit uit zich in de typerende Madras-print. De combinatie van het golvende, zachte katoen met het dikke borduurwerk geeft de kleding een getextureerd effect en de charme van broderie anglaise. Het geheel wordt afge maakt door gevlochten straps en tailleband en ondeugend kantwerk op sommige varianten. Optimale pasvorm en comfort worden gewaarborgd door de zachtheid en flexibiliteit van de materialen.

### Crépuscule Satiné

Onder zeil gaan kan in deze nieuwe lijn nachtkleding, die sensueel, glamoureuus en luxueus is maar toch ook comfortabel. De nieuwe zachtroze kleur 'pink fizz' contrasteert mooi met het witte kantwerk bij het decolleté en de pijpjes. De slaapmode is uitgevoerd in 100% zijde met fijn Jacquard kant.

Meer informatie, ook over de strandmodelijn: Aubade  
Tel. +31 (0)6 50285100  
[www.aubade.com](http://www.aubade.com)

◀ Er is naast vrouwenondergoed ook een boxershort voor mannen met keuze uit vijf opdrukken, waaronder Madras uit de 5000 Bahia lijn





Al meer dan twintig jaar biedt XL Lingerie in Arnhem een uitgebreid assortiment met lingerie, bad- en nachtmode voor de vollere vrouw. De winkel bevindt zich op de eerste etage van het veelzijdige winkelcentrum Kronenburg. XL Lingerie heeft een uitgebreid assortiment en is gespecialiseerd in lingerie met een grotere cup- en omvangsmaat. Om meer te weten te komen over deze speciaalzaak spraken wij met Sheron van Maanen-Oosterhof, de drijvende kracht van XL Lingerie.

muleerd om zelf een eigen zaak op te zetten. Ik denk dat het ondernemen in mijn bloed zit. Daarnaast ben ik altijd gek geweest op lingerie en andere ondermode. Helaas heb ik zelf regelmatig moeten ondervinden dat het aanbod behoorlijk beperkt is, vooral op het gebied van grote (cup)maten. Voordat ik met XL Lingerie begon, heb ik eerst onderzoek gedaan naar de markt en een cursus gevolgd zodat ik de klant zo goed mogelijk kan helpen om passende lingerie te vinden."

XL Lingerie bestaat alweer 21 jaar en zit nog altijd op dezelfde plaats in het winkelcentrum. Sheron vertelt ons waarom ze voor deze locatie heeft gekozen.

Voor veel mensen is het nog een hoge drempel om een speciaalzaak binnen te lopen, zeker als zij een maatje meer hebben. XL Lingerie doorbreekt dit taboe en biedt persoonlijke hulp bij het vinden van de juiste lingerie. Het brede assortiment biedt een prettige beha voor overdag, maar ook luxe setjes waar de klant zich extra vrouwelijk in kan voelen. Het ervaren team is op de hoogte van alle ontwikkelingen in het vakgebied en geeft deskundig advies over de juiste maten en modellen.

"Behandel de klant zoals je zelf behandeld wilt worden"

#### Ondernemersbloed

Eigenaresse Sheron van Maanen vertelt ons over hoe ze in deze branche is beland. "Ik was nog maar 23 jaar toen ik deze zaak startte en was een groentje in het vak. Mijn vader werkte eveneens zelfstandig en heeft mij altijd gesti-



"Ik had de keuze tussen het centrum van Arnhem of Kronenburg. Ik heb uiteindelijk voor het winkelcentrum gekozen omdat de branche in grote maten-lingerie destijds nog niet zo ver ontwikkeld was. Bovendien krijg ik regelmatig te horen dat klanten het fijn vinden dat de winkel geen grote inloop heeft. De winkel bevindt zich op de eerste etage waardoor mensen ongestoord onze winkel kunnen binnenstappen, zonder dat ze zich druk hoeven maken over wat andere mensen denken en vinden."

#### Acceptatie

"Veel mensen zijn erg onzeker over hun lichaam en vinden het lastig om de juiste lingerie te vinden. Gelukkig is de gêne in de afgelopen jaren enorm afgenomen en is er veel veranderd wat betreft lingerie met een maatje meer. De mensen hebben geleerd om hun lichaam te accepteren en krijgen steeds meer zelfvertrouwen. Ik was ook ooit jong en onzeker en heb mezelf leren accepteren. Het is misschien een cliché, maar schoonheid zit van binnen", aldus Sheron.



“Vroeger was het aanbod van lingerie met een grotere cup- en omvangmaat beperkt en werd de collectie gekenmerkt door ietwat saaie en praktische lingerie. Gelukkig is het assortiment groter en gevarieerder geworden. Tegenwoordig is het een luxe dat ik keuzes moet maken bij het inkopen van nieuwe lingerie”, benadrukt Sheron.

Inmiddels bestaat het assortiment van XL Lingerie uit vele merken. Sheron legt uit wat de klant van XL Lingerie kan verwachten. “We begonnen met grote omvangsmaten, maar de laatste jaren merken we dat er steeds meer vraag is naar beha’s met een smalle omvang en een grote cupmaat. We hanteren nu tachtig maten in de winkel, behoorlijk veel al zeg ik het zelf! We verkopen alleen lingerie met een goede kwaliteit en richten ons vooral op de luxe lingerie. Klanten investeren graag in een mooie beha die comfortabel zit en lang meegaat.”

## “De mensen hebben geleerd om hun lichaam te accepteren en krijgen steeds meer zelfvertrouwen”

### Sterk en toegewijd team

De winkel wordt gerund door een klein, maar betrokken team van vijf medewerkers. “Het sterke team bestaat uit werknemers die al jaren voor XL Lingerie werken. Doordat we een klein team hebben, wordt er gemakkelijk en direct met elkaar gecommuniceerd. Op deze manier blijft iedereen op de hoogte van het laatste nieuws over de winkel. De sfeer in de winkel is dan ook persoonlijk en vooral heel gezellig, want dat is natuurlijk ook belangrijk!”

Sheron vertelt over haar manier van leidinggeven aan het team van XL Lingerie: “Alles is bespreekbaar, maar ik ben in de loop der jaren wel directer geworden. Toen ik jong was, was ik nog onervaren en voorzichtig. Tegenwoordig zeg ik al snel wat ik vind en wat er verbeterd kan worden. Omdat we met een klein team werken, wil ik niet spreken van een baas-werknemer verhouding. Natuurlijk heb ik wel de eindverantwoordelijkheid, maar dat verwachten ze ook van mij.”



### Persoonlijk contact

XL Lingerie probeert elke klant een volledige en eerlijke service te bieden. “Wat we regelmatig horen is dat de mensen onze persoonlijke benadering waarderen. Het doel en tevens ons motto is: behandel de ander zoals je zelf ook behandeld wilt worden. Door middel van persoonlijk contact proberen wij de mensen zo goed mogelijk te helpen. Een gevolg daarvan is dat we een vaste klantenkring hebben ontwikkeld die van heinde en verre naar Arnhem komen. We leren deze klanten goed kennen en proberen hen zich thuis te laten voelen in onze winkel.”

De speciaalzaak biedt een volledige service die begint met het opmeten van de maten. “Ik denk dat tachtig procent de verkeerde beha-maat draagt. Als speciaalzaak is het onze taak om regelmatig de maten van de klant te meten, want iedereen verandert door de jaren heen. Dankzij de handige webshop kunnen klanten de lingerie ook online bestellen. Bij een bestelling adviseren wij welke maat de klant het beste kan kiezen en blijven we contact houden over de levering. Natuurlijk willen wij ook op dit vlak de beste service verlenen.”

### Toekomstplannen

XL Lingerie is altijd op zoek naar nieuwe mogelijkheden en wil het beste uit de winkel halen. “Er zijn nog geen concrete plannen voor een eventuele verhuizing of verbouwing, maar ik wil de winkel graag uitbreiden zodat ik de klant nog meer kan bieden. Ik wil verder groeien, want stilstaan is achteruit gaan. Daarnaast blijf ik onderzoeken welke nieuwe merken er zijn en wat deze te bieden hebben. Al met al, ben ik vooral trots en tevreden met wat we tot nu toe met XL Lingerie hebben bereikt.”

Voor meer informatie:  
 XL Lingerie  
 Tel. +31 (0)26 3270031  
[www.xllingerie.nl](http://www.xllingerie.nl)



<b>Oppervlakte:</b>	80 m2
<b>Aantal medewerkers:</b>	4
<b>Aantal paskamers:</b>	4
<b>Lingeriemerken:</b>	Anita, Conturelle, Felina, Freya, Miracle Suit, Panache, Prima Donna, Shock, Absorber, Rosa Faia, Speidel, Sloggi, SYL, Triumph, un:usual, Ulla
<b>Nachtmodemerken:</b>	Nanso
<b>Badmodemerken:</b>	Anita, Cleo, Freya, Miracle, Suit, Panache, Prima Donna, Rosa faia
<b>Specialisatie:</b>	grotere maten

## Veel variatie in lingerie- en badlijnen **Panache** en **Cleo**

Het Britse Panache is klaar voor de lente en zomer van 2016. Er is volgend jaar keuze tussen vier collecties van Panache en twee van Cleo. Beide merken hebben een normale lijn en een zwemkledinglijn. Daarnaast voorziet Panache ook in een collectie sportkleding en de luxueuze 'Panache Black'-lijn. Voor dames met grotere maten is er Sculptresse. Hieronder meer over Panache en Panache Swim.

De basiscollectie van Panache heeft als thema 'Return to the decorative' en haalt zijn inspiratie uit Chinees keramiek en romantische bloemenprints. De collectie wordt in vier fases uitgerold. In fase één verschijnt de bestseller Tango met balconettebeha en geüpdatete brief in grijs en oranje. Ook keert de populaire Jasmine terug met in periode één een dierenprint en zwarte strik voorop. Clara is verkrijgbaar in levendig rood met goud en de voorgevormde spacerbeha Cari is na het succes van vorig seizoen ook weer terug, als nude. Jasmine is er ook in fase twee, in een blauw-wit tegelpatroon afgezet met details in kant. De Andorra full cup is geüpdatet en verkrijgbaar in hyacint-paars. Ook zijn er de modellen Olivia in aardbei, Georgia in rouge en Floris in een levendige bloemenprint.

### Periode 3 en 4

De levendige bloemenprint wordt in periode drie uitgedragen door Hepburn, die komt met een short met borduursels aan de voorkant en een achterkant die los zit en niet door kleding heen schijnt. Thea heeft een gedetailleerde botanische print met diepte. Elise combineert kant in een contrasterende kleur met glanzende straps. Ook bij deze productlijn zijn er bijpassende briefs die niet doorschijnen. Ten slotte is er in deze periode no Envy in een houndstooth-patroon met een bloemenpatroon van kant in felroze. In mei 2016 is er de laatste tijdsperiode, met de Porcelain Élan-lijn bestaande uit een ongevulde beha en een nude. Ook is er de Tango balkonnette en plungebeha in zwart, wit en nude, Dahlia in zwart en nude, voorgevormde of strapless Evie, Jasmine in een blauw bloemenpatroon en Clara in eierschaalblauw. Het porselein-thema wordt in deze periode veel gebruikt, zoals in de Viva, Envy balkonnette en ook is er een t-shirt in deze stijl.

*In eierschaalblauw, zoals hier afgebeeld, is Clara leverbaar in periode vier. In periode één is de beha er in levendig rood met gouden finish*



*De Jasmine is er in periode één, twee en vier met verschillende designs. Hier het tegelpatroon uit periode twee*

### Swimwear

De zwemkledingcollectie van Panache is in 2016 geïnspireerd op de natuur, met veel abstracte natuurprints gebaseerd op zee, lucht en regenwoud. De collectie omvat de vintage Britt met marineblauwe en witte Bretonse strepen, de Eadie van rood haakwerk met marineblauwe details, het debuterende portofino badpak dat een slanke taille geeft door het kruis dat de voorkant opdeelt, de Rocha met blauw-witte mozaïekpatronen, de zwart-witte Santorini met paisley-print en de op de Britt gebaseerde Venice in het emerald. Met bloemmotieven zijn er de bandeau Amelia in mintblauw en de balkonnettebeha Elle in turquoise. Ten slotte zijn er de tankini's Annalise in zwart uni of met vlinderprint en de Anya en Anya stripe.

*Meer informatie:*

Gert Staal modeagenturen, tel. +31 (0)6 53409419, [info@gertstaal.com](mailto:info@gertstaal.com)

### Campagne 'Modelled by role models'

*Een veelgehoorde kritiek op modellen is dat ze een slecht beeld voor (jonge) vrouwen en meisjes geven. Panache is nu met de campagne 'Modelled by role models' gestart om een statement te maken.*

*De modellen in de campagne zijn niet alleen mooi, maar ook een goed rolmodel voor anderen. De zes uitgekozen dames hebben namelijk allemaal op een bijzondere manier bijgedragen aan de maatschappij. Meer informatie over deze sympathieke campagne vindt u op [www.second-skin.biz](http://www.second-skin.biz)*



LINGADORE®



LINGERIE PRO ANTWERPEN  
D202/E202

BODYFASHION TRADEFAIR ALMERE  
SHOWROOM C2.05



MARYAN MEHLHORN®

NL: Body Fashion Tradefair, Showroom 2.38, Almere - Onno Mijs Tel: 06 3404 6200

B: Lingerie Pro, Stand D214-E214, Antwerpen - Gina Hermans, Tel: 0496 569 945

[WWW.MARYANMEHLHORN.COM](http://WWW.MARYANMEHLHORN.COM)