

second skin

LUXE
LINGERIE
& MENS
UNDERWEAR



COVERSTORY
MAGIC BOOST-COLLECTIE VAN
TRIUMPH

INTERVIEW
SIMONE PÉRÈLE

EVENT
LANCERING NIEUW MERK
BOLAS UNDERWEAR


Selmark
lingerie

40  1975
2015

olivia
(303) Collection by Selmark

Muriel Herbst - Amusa

Agent Antwerpen - Limburg
muriel@selmark.es
Tel: 0473.927.601

Vera De Beule

Agent Oost- en West Vlaanderen
en Vlaams Brabant
vera@selmark.es
Tel: 0476.759.558

Scholten Mode Agenturen

Agent Netherlands
info@scholten-tc.com
Tel: 0622.989.860

www.selmark.es





Vakinformatie voor de totale Lingerie- en Badmodebranche

Verantwoordelijke uitgever Nederland:

GPmedia BV
Van Schaeck Mathonsingel 8
6512 AP Nijmegen
Tel. +31 (0)24 3246146
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:

Simone Vos
s.vos@gpmedia.nl

Advertentieverkoop:

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

Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelingen voor het Advertentiewezen, gedeponeerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamers van Koophandel.

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 veeleenvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.



Second Skin besteedt de grootst mogelijke 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 beslissingen die gebaseerd zijn op de bedoelde informatie.

De Visie

Kent u dat gevoel, dat je terugkijkt op de afgelopen jaren en denkt: alle veranderingen zijn zo snel en soepel gegaan dat ik me nu pas realiseer dat alles daadwerkelijk anders is geworden?

Ik kan dat gevoel in mijn privéleven hebben, maar ook in mijn werk. Zo heb ik nu de eer om als hoofdredacteur voor Second Skin aan de slag te gaan. Een grote verandering, maar een mooie uitdaging. Ik zal me allereerst even kort voorstellen. Mijn naam is Simone Vos en ik ben 26 jaar. Ik ben journalist en ik ben gespecialiseerd in cultuurwetenschappen. In de afgelopen jaren heb ik gefreelancet voor diverse commerciële en journalistieke bedrijven, zowel tijdens als na mijn studie.

'De bodyfashionsector zit vol gepassioneerde, hardwerkende mensen'

Al sinds ik begon met mijn opleiding Journalistiek (inmiddels zeven jaar geleden) heb ik altijd de stiekeme droom gehad om over mode te mogen schrijven. Bij Second Skin mag ik over ondermode schrijven, dus die droom komt toch een beetje uit.

Wellicht hebben we elkaar ontmoet op LingeriePRO in Antwerpen of in het Cube Center of in de Fashion Dôme in Almere. De retailers, vertegenwoordigers en andere betrokkenen uit de bodyfashionsector, die ik tot nog toe heb ontmoet, zijn gepassioneerde en hardwerkende mensen. Ongetwijfeld geldt dat voor u allemaal en daarom ben ik blij dat ik met u mag kennismaken.

De materialen, stoffen en stijlen van de diverse linteriemerken hebben indruk op me gemaakt en ik snap dat vrouwen veel over hebben voor een mooie en goed zittende beha of bikini. Deze sector heeft wat dat betreft mijn ogen geopend.

Deze editie van Second Skin staat in het teken van Luxe Lingerie en Mens Underwear. Mooie, luxe en soms ook sensuele linteriemerken komen in dit nummer aan bod. Net als de nieuwe ondergoedlijn Bolas, van Everon Jackson Hooi (ook wel bekend als Bing uit GTST) en het ondergoedmerk voor mannen: A-dam Underwear, voor de stoere man. Uiteraard mogen de gevestigde namen en merken ook niet ontbreken en meer hierover leest u dan ook bij het collectienieuws.

Het grote interview is in dit nummer gewijd aan Simone Pérèle. Mariska van der Schans is de vertegenwoordiger van het Franse linteriemerk in Noord-Nederland en ze vertelt over de ontwikkelingen binnen Simone Pérèle.

Ik wens u veel leesplezier toe en hoop u snel eens te ontmoeten!

Simone Vos



P. 10 Interview Mariska van der Schans, Simone Pérèle

Het Franse merk Simone Pérèle heeft in de afgelopen jaren een heel aantal ontwikkelingen doorgemaakt. Al ruim 65 jaar is het merk toonaangevend in de dameslingerie. In Nederland is Mariska van der Schans verantwoordelijk voor de retail en vertegenwoordigt ze het merk in Noord-Nederland. Mariska vertelt in deze editie van Second Skin over haar carrière bij Simone Pérèle en over de nieuwste ontwikkelingen bij het merk.



P. 22 Coverstory: Triumph introduceert de Magic Boost-collectie

De shapewear-innovatie van Triumph is het resultaat van luisteren naar wat vrouwen echt willen en ze dat ook bieden. De Magic Boost-collectie van Triumph is een shapewear-assortiment dat is ontworpen met de allernieuwste technologieën en technieken. Een spectaculair decolleté in een handomdraai; de Magic Boost-collectie van Triumph zorgt daarvoor. De Magic Boost spring/summer 2016- collectie is de manier om op een natuurlijke manier een vollere en rondere borstvorm te creëren. In de coverstory van deze editie vertelt Triumph over de verschillende lijnen in de shapewear van de Magic Boost- collectie.

P. 15 Event: Lancering Bolas Underwear

Op 7 september introduceerde Everon Jackson Hooi (ook bekend uit de soapserie Goede Tijden, Slechte Tijden) samen met zijn drie compagnons de nieuwe boxerlijn Bolas tijdens een launch party in Villa Thalia in Rotterdam. "Bolas Underwear staat voor mannen met ballen en voor een bewustere beleving van wat mannen onder hun kleding dragen. Vrouwen dragen ook mooie lingerie onder hun kleren, waarom hebben mannen dan geen stoere boxershorts aan?", vertelt Everon tijdens de lancering. Het verslag van het event vindt u in deze uitgave van Second Skin.

P. 25 A-dam Underwear: oer-Hollands voor de échte man

A-dam Underwear is het nieuwe boxermerk voor mannen met karakter. Een oer-Hollands merk dat zijn oorsprong vindt in Amsterdam. Het merk is in winkels te vinden met een pop-up store en de pop-up store is wegens succes doorgevoerd naar een vaste positie in alle filialen van de Bijenkorf. In deze Second Skin leest u meer over dit mannelijke merk.



38



P. 38 Wolford: puur, modern en luxueus

Wolford presenteert de nieuwe collectie lente/zomer voor 2016, die voor het eerst is ontworpen door de nieuwe creative director van Wolford, Grit Seymour. Het beeld van de veelzijdige vrouw vol zelfvertrouwen is de inspiratiebron voor de nieuwe creaties van Seymour. Eén van de nieuwkomers in de legwear is Pure 10 Tights.

P. 39 Selmark: van basic tot aan verfijnd

Selmark komt in de lente/zomer 2016 met vier nieuwe collecties. De collecties zijn erg divers, waardoor er voor iedereen en voor elk moment een geschikt product is. De lijnen zijn onder te verdelen in: de exclusieve collectie Athina, de basiscollectie Bella, de essential-collectie Gilda en de sophisticated-collectie Olivia.

39



40



P. 40 Speciaalzaak in beeld: Förster Linnen en Lingerie

Förster, de speciaalzaak voor lingerie en linnen in Nijmegen, bestaat inmiddels 82 jaar en is sinds vijftien jaar in handen van Stéphane Barrère en zijn vrouw Marion Barrère-Kennis. Het echtpaar vertelt in Second Skin over hun zaak en de geschiedenis ervan. "We willen onszelf ervoor behoeden dat het hier oubolig wordt, dus we staan open voor veranderingen en gaan met de tijd mee."

Frisse en vrolijke lente/zomercollecties 2016 bij **Nina von C Loungewear**, Lingerie en Like it!



De nieuwe lente/zomercollectie 2016 van de merken **Nina von C Loungewear**, **Nina von C Lingerie** en **Like it!** staat veelal in het teken van het strand en het zomergevoel. Zo is de collectie **Surfer Girl** van **Like It!** fris van kleur en in de lijn **Beach Babe** overheersen de pasteltinten. De nieuwe collectie voor **Nina von C Lingerie** heet **Long Beach** en de kleuren in deze lijn doen dan ook denken aan een zonnige dag aan zee. Ook **Morning Blues** en **Sandy Beaches** zijn nieuwe lijnen voor de lingerie. De **Loungewear** van **Nina von C** past bij de thema's van de lingeriecollectie.

Kersenrood, royaal blauw en ivoor zijn de kleuren die in de lijn **Surfer Girl** van **Like It!** toonaangevend zijn. De kleuren zijn zowel in de serie met tops terug te vinden als in de microvezel-serie van **Like It!** In de serie tops 6005 is de body top nieuw in het voorjaar van 2016. Deze biedt door de hoge elasticiteit en het zachte materiaal een perfect draagcomfort. De softbra is aan de microvezel-serie van **Like It!** toegevoegd en gestreepte slips en shirts in blauw/wit en rood/wit horen ook bij deze serie. In de **Like It! Loungewear** zijn de gestreepte boxershorts en top terug te vinden.

Beach Babe

Het thema **Beach Babe** kenmerkt zich door de zachte pasteltinten: cool pepermunt, abrikoos en lime komen voorbij in deze collectie bij **Like It!** Ook de NOS-slips van gladde microvezel zijn nieuw in het assortiment en zijn verkrijgbaar in de kleuren wit, nude en zwart. De **loungewear** van **Beach Babe** is komende lente wit met strepen in pasteltinten.

Nina von C Loungewear

De **loungewear** van **Nina von C** is in verschillende lijnen te verdelen, waaronder **Coral Reds**. Deze serie bestaat uit een verschillende tops, shorts, een driekwart broek en een groot shirt in koraalachtige tinten die allemaal van katoen gemaakt zijn. In de lijn **Morning Blues** heeft de **loungewear** een opdruk op katoen. Bij het thema **Sandy Beaches** is de **loungewear** bedrukt met verschillend prints in zwart/ nude en de shorts en 7/8 leggings zijn in het zwart verkrijgbaar.



Nina von C Lingerie

De lingerielijn van **Nina von C** is in dezelfde lijnen verdeeld als de **loungewear**. Zo is in **Coral Reds** plek voor een serie van tops die in koraaltinten verkrijgbaar zijn. Met diverse kanten accenten en designs van bloemen krijgt deze serie een moderne touch en een luchtige uitstraling. Daarnaast is er een **Jaquardserie** die hoofdzakelijk uit microvezel bestaat en in bh's



en bh-shirts verkrijgbaar is. **Morning Blues** zet de trendkleur 'jeans' centraal: de tops, bh's en slips die in dit thema verkrijgbaar zijn, hebben diverse opdrukken. Daarnaast zijn veel bh's, slips en tops deze zomer veelal wit met borduursels bij **Nina von C**.

Het derde kleurentema **Sandy Beaches** staat bij **Nina von C** in het teken van de non-colours zoals nude en champagne. Ook het uitgebreide assortiment van transparante tops bij slips, bh's en shirts laat zien dat luchtigheid deze lente en zomer een modethema is.

Meer informatie:
Henk Nieuwland Agenturen

Tel. +31 (0)6 22204470
henknieuwlandagenturen@gmail.com

RECTIFICATIE

Rectificatie redactionele artikelen **Beachlife** en **Cyell**

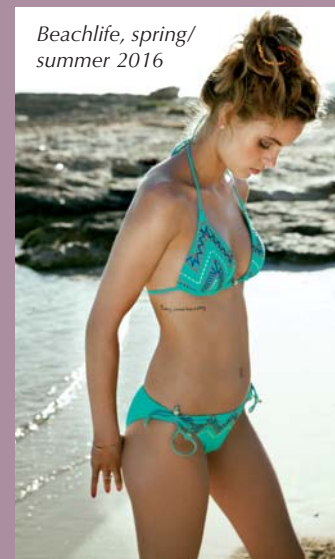
In de laatste uitgave van **Second Skin** (nr. 3 – 2015) is een storende fout gesloten. De collectiefoto's van het merk **Cyell** zijn geplaatst bij het redactionele artikel van **Beachlife** en vice versa.

De artikelen werden geplaatst op respectievelijk pagina 18 en pagina 45. Toen de fout bij verschijning van **Second Skin** nr. 3 boven tafel kwam, heeft de redactie direct een rectificatie gepubliceerd op second-skin.biz en social media. Ook zijn de betreffende redactionele artikelen in de digitale versie van **Second Skin** (die eveneens te vinden is op de website) direct aangepast.



Meer informatie:

Cyell (voor Nederland)
Tel. +31 (0)518 401334
www.cyell.com



Beach House BV
(voor Nederland)
Tel. +31 (0)518 401334

Van Dyck & Partners (voor België)
Tel. +32 (0)3 60403333
www.beachlife.nl

Luxueuze lingerie in nieuwe collectie **Anita** en Rosa Faia

De nieuwe lingeriecollecties van Anita en Rosa Faia voor de zomer van 2016 zijn romantisch, luxueus en speels. In de collectie van Rosa Faia, voor exclusieve lingerie en badmode van kleine cupmaten tot en met cup J, zijn de series Edelweiss, Louisa en Josephine nieuw. Het merk Anita Care komt met een nieuwe prothesebeha met beugel voor de zomer van 2016: Fleur. Dit is de opvolger van de prothesebeha Fleur zonder beugel. Bij de Care-BH Josephine is in de nieuwe collectie ruimte voor de kleurencombinatie zilver en munt. Een andere nieuwkomer in de collectie van Anita Nederland is de prothesebeha Miss Ribbon. De nieuwe series zijn hier kort uitgelicht.



De prothesebeha Fleur met beugel en de bandeautop van Anita Care

Een romantische uitstraling voor de veeleisende draagster, daar zet de nieuwe serie Edelweiss van Rosa Faia op in. De serie heeft een hoogwaardige uitstraling en een verleidelijk decolleté. De lingerie is een combinatie van geraffineerd borduurwerk en semitransparante tule. De beugelbeha is licht, ook door de uitsparing tussen de cups. De voorkant van de schouderbandjes bestaat uit microvezel tule, vastgezet met een satijnen lusje. Ook zit er een strikje met een Swarovski-hangertje eraan tussen de cups. Bij de beha's past een geraffineerd gesneden shortje of een klassieke tailleslip. De serie wordt vanaf februari 2016 geleverd.



Eén van de nieuwe series van Rosa Faia: Louisa

Speelse en lichte lingerie van Rosa Faia

Rosa Faia heeft in de zomercollectie ook een lichte en jonge lingerie serie opgenomen: Louisa. De collectie bestaat uit een schalenbeha met een all-over print in filigraan vlinderprint en uit een beugelbeha met tule bloemborduursel en een print. Deze modellen zijn in het zwart en crystal verkrijgbaar en doordat het borduursel in de bovenscup van de beugelbeha zit, krijgt het decolleté een mooi accent. De driedelige cup stabiliseert met dwarsnaad, rondlopend frame en de stroken aan de zijkant de beugelbeha. Deze set is compleet te maken met drie verschillende modellen slips met bijpassende print: de short, een tailleslip en een hoge tailleslip. Deze lijn is vanaf januari 2016 leverbaar.



Edelweiss is een van de nieuwe series voor de zomer van 2016 voor Rosa Faia

Anita Care

De nieuwkomer voor de zomer 2016 van Anita Care is onder meer de prothesebeha Fleur met beugel. De prothesebeha Fleur met unieke 'lace look' bestond al zonder beugel, maar nu is er een opvolger bijgekomen. Fleur heeft een bloemmotief in zwart kant, gedubbeld met een in dessert kleur fijne microfiber charmeuse, die zorgt voor de originele 'Fleur' look. De grafische kanten strook rondt het decolleté mooi af en geeft extra charme aan de creatie. De driedelige laterale steun in de cups en de vormende beugels die omringd zijn met een zachte band garanderen een goed draagcomfort. De ingewerkte prothesehoesjes in zacht katoen, liggen aangenaam op de huid. Het rugpand uit power tule geeft comfort en de fijne schouderbandje met extra zachte afwerking zijn speciaal ontworpen voor Anita.

De bandeautop

Bij deze nieuwe collectie hoort ook bijpassende bandeautop in een kanten bloemenmotief. Samen met de Fleur-beha vormt dit een mooi geheel. De top heeft aan de voorkant een brede kanten boord en de rug is helemaal van kant. De bandeautop en de bh zijn vanaf februari 2016 te verkrijgen.

Meer informatie: Anita Nederland BV,
Tel. +31 (0)294 414446,
www.anita.com

Taubert laat in nieuwe vrouwencollectie 2016 de ontspannen wereld van lounge fashion zien

Geheel in stijl thuis loungen of in een wellnessresort er stylish bijlopen: met de nieuwe collectie spring/ summer 2016 van Taubert voor vrouwen is het ieder moment van de dag tijd om te relaxen. Taubert presenteert komende lente en zomer een aantal nieuwe lijnen waarin vrouwelijkheid, ontspanning en relaxen centraal staan.



Funky Robes, cupcakes

De nieuwe collecties van Taubert zijn verdeeld in verschillende thema's, zoals in de lijn Lounge & Dream te zien is. Binnen lijn deze valt het thema Pretty Flamingo. Deze loungelijn heeft verschillende flamingo-prints en bestaat uit onder andere een pyjamabroek en shirt, sokken en shorts. Dit thema is vanaf januari 2016 verkrijgbaar.

Sailing en yacht

Een ander thema binnen de collectie Lounge & Dream is 'sailing'. Een afwisseling van blauw met witte strepen en rood met witte strepen en zeilbootmotieven siert de loungekleding uit dit thema. Een vleugje blingbling en sommige items met oversized vormen, maken dit thema helemaal hip en trendy. Ook in 'yacht' zijn deze marine-achtige designs terug te vinden. De thema's kunnen vanaf februari 2016 geleverd worden.

Funky Robes

Een speciaal thema binnen de Taubert-collecties is 'Funky Robes', deze ochtendjassen zijn felgekleurd en zijn gemaakt van een stof die knuffelbaar is. De badjassen zijn in verschillende designs te krijgen: cupcakes, grote polka dots, kersenbloesem, orchideeën en veertjes die in de blauwe lucht vliegen. De prints zijn met digitale fotoprinting op de badjassen gedrukt en zien er erg realistisch uit. Deze funky robes zijn dus een echte must-have voor de trendsetter.

Beachwear

Naast de verschillende collecties met kleding voor het loungen, thuis of in de spa, heeft Taubert ook een beachwear-lijn: Beach please. Jurken voor aan het strand, leggings, shorts en shirts zijn in deze collectie te vinden. De beachwear loopt qua kleur over van lichtblauw in wit. Voor de meer uitdagende look heeft Taubert de Savannah Beauty-lijn, met jurken met dierenprints. Relaxen en er goed uitzien tegelijkertijd, dat is het motto van Taubert.

Meer informatie:
 Michaela Agenturen
 Tel. +31 (0)6 51429790
www.michaela.nl



Pretty Flamingo

Magic Bodyfashion verbetert Backless-beha's

Om de categorie beha-oplossingen te versterken, is de productnaam van Eve's Bra, de rug-vrije beha van Magic Bodyfashion, veranderd in Backless Beauty. Deze strapless en backless-beha is ideaal om de schouders en rug helemaal 'beha-vrij' te houden. Tegelijkertijd zorgen de cups van de Backless Beauty ervoor dat de borsten de ondersteuning krijgen die ze nodig hebben.

De Backless Beauty bestaat uit twee afzonderlijke cups die op de borsten aangebracht kunnen worden en gegarandeerd vast blijven zitten. De cups zorgen ook voor een natuurlijk push-up-effect. De Backless Beauty blijft goed zitten door de siliconenplakstrip en de beha is met de hand te wassen en is daarna vaker te gebruiken.

Secret Bra

In de serie van backless-producten van Magic Bodyfashion zitten ook de Secret Bra en de Luve Bra. De Secret Bra heeft een vernieuwde en verbeterde pasvorm en look en is verkrijgbaar in de maten A tot en met D.

Luve Bra

De Luve Bra heeft een lage U-vorm aan de voorkant en is onzichtbaar onder elke jurk. Aan de zijkant heeft de beha afneembare doorzichtige vleugels. Deze zorgen ervoor dat niet alleen de rug vrij is, maar ook het deel van het bovenlichaam onder de schouders. Deze beha is verkrijgbaar in de kleuren zwart en huidskleur, in de maten A tot en met D.

Meer informatie:

Magic Bodyfashion
 Tel. +31 (0)546 727300
www.magicbodyfashion.com



Beach & Body Beurs in **Fashion Dôme** Almere laat nieuwe zomercollecties zien

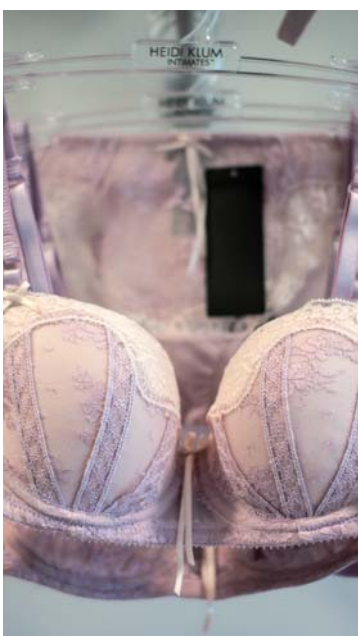
Tijdens de Beach & Body Beurs van 9 tot en met 11 augustus werden de zomercollecties voor 2016 van diverse bodyfashionmerken gepresenteerd in de Fashion Dôme Almere. Hier zijn meer dan twaalf showrooms gevestigd en zijn ruim veertig merken vertegenwoordigd. Lingerie, nachtmode en bad- en beachwear zijn hier te vinden. Tijdens de beurs konden retailers de showrooms uitgebreid bezoeken en de dag afsluiten met een hapje en een drankje.



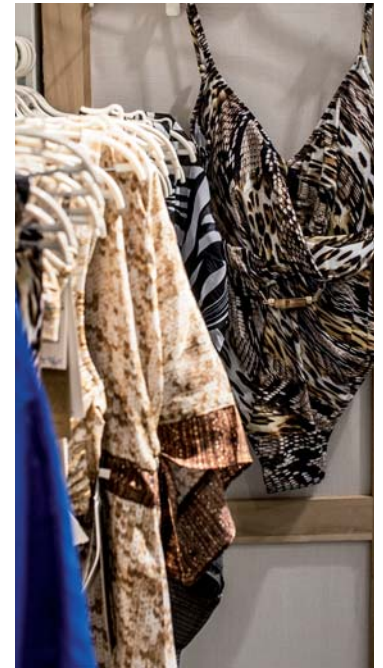
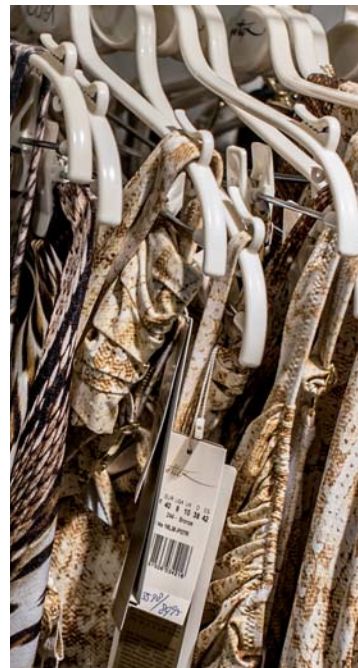
Fotografie: Maaike van Esch

▲ Jurgen van Abeelen is eigenaar van *Twentyfive Degrees* en is één van de initiatiefnemers van de *Beach & Body Beurs*

▼ *Twentyfive Degrees* is ook vertegenwoordiger van de lingerie van *Heidi Klum Intimates*

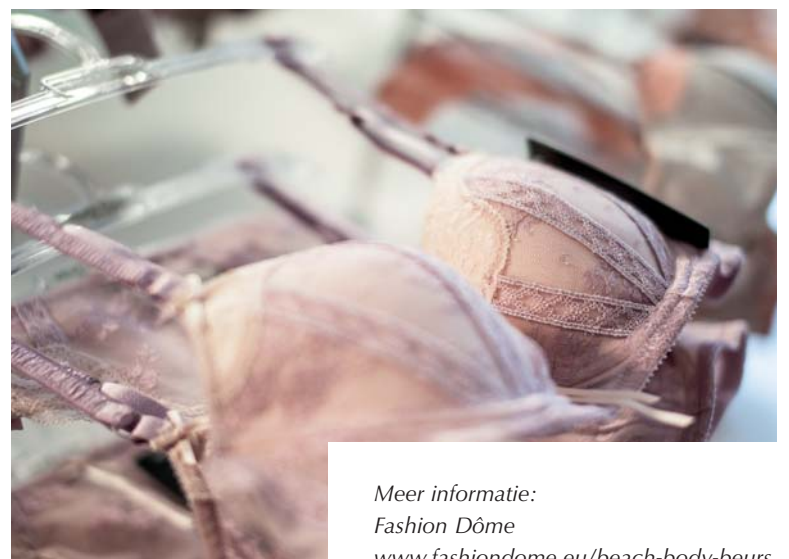


▲ Deze bikini van het merk *Baku* is een blikvanger in de zomercollectie 2016. Het label behoort tot het portfolio van *Twentyfive Degrees*



▲ De nieuwe collectie van *Gottex* bij distributeur *René Mulder Agenturen*

▼ *Veronique Hostens* van *V&S Agenturen*



Meer informatie:
Fashion Dôme
www.fashiondome.eu/beach-body-beurs



“Ik ben acht jaar geleden in De Bijenkorf in Rotterdam begonnen als verkoopster op de lingerieafdeling van Simone Pérèle, toentertijd was ik de eerste die dat mocht gaan doen. Later werd ik assistent van de vertegenwoordiger van Simone Pérèle in Noord-Nederland en sinds vorig jaar heb ik het stokje overgenomen van haar”, vertelt Mariska. “Daarnaast heb ik sinds april ook de taak van retailmanager op mij genomen.

“Lingerie van Simone Pérèle is geraffineerd chique, sensueel en gedurfd voor de moderne vrouw”

Van consumenten naar ondernemers

De overgang van de verkoopster naar vertegenwoordigster was voor Mariska geen hele grote. “Ik had al heel veel productkennis van Simone Pérèle’s lingerie en ik weet ook wat andere merken veelal in huis hebben. Dat is heel handig om in te zetten bij de gesprekken met winkeliers. Maar het is wel een andere tak van sport; je spreekt op een heel ander niveau over de producten. Nu verkoop ik meer een merk en consumenten hebben meestal behoefte aan één beha bijvoorbeeld”, zegt ze.

“Vrouwen moeten niet hoeven kiezen tussen aantrekkelijk zijn en comfort”, is het motto van lingeriemerk Simone Pérèle. In 1948 begon een jonge korsettenmaakster genaamd Simone Pérèle een kleine winkel met korsetten en nu, ruim 65 jaar later is de naam uitgegroeid tot een wereldwijd bekend lingeriemerk. En het bedrijf wordt nog altijd gerund door familie: kleinzoon Mathieu en kleindochter Stéphanie van Simone Pérèle staan aan het hoofd van het bedrijf. In Nederland is Mariska van der Schans verantwoordelijk voor de retail en vertegenwoordigt ze het merk in Noord-Nederland. In de vaste showroom van het Franse merk in The Cube Centre in Almere vertelt Mariska over haar carrière bij Simone Pérèle en over de ontwikkelingen binnen het merk.

“Daarnaast wil ik ook een bepaald beeld van ons merk in een lingeriewinkel neerzetten. Onze collectie moet in een winkel passen en qua kleuren en stijl ook afgestemd zijn op de andere merken die in de speciaalzaak hangen. Samen met de winkeliers kijken we goed naar ‘Welk beeld van Simone Pérèle zetten we neer in de winkel?’”

Een nieuwe identiteit

In 2014 kwam het Simone Pérèle met een nieuwe ‘brand identity’: de stijl werd vernieuwd en het logo kreeg een nieuwe vormgeving. Het logo kreeg frisse kleuren, zoals grijs met wit en goud en het hele merk is nu omvat in vier pijlers: een gedurfd stijl, moderniteit, sensualiteit en geraffineerd chique. “In alles wat je bij ons ziet, moet je deze pijlers herkennen. Ieder seizoen komt Simone Pérèle met drie à vier moderieseries en bij de permanente lijnen komt er ieder seizoen een modekleur bij. En in alle lijnen is minimaal één van de pijlers sowieso terug te vinden”, aldus Mariska.

Toevoeging aan een speciaalzaak

“Ook als ik met klanten in gesprek ben, dan draag ik de pijlers uit. Doordat ik vertel over de collectie, komt de stijl van Simone Pérèle aan bod en dan kijk ik samen met de klant hoe dat in de winkel terug kan komen. Op basis van wat de klant vertelt over zijn of haar speciaalzaak, kan ik vertellen welk onderdeel van de collectie een toevoeging kan zijn in de winkel. Ik kijk samen met de klant naar de zaak en dan zorg ik dat Simone Pérèle goed gepresenteerd wordt. Dat is heel anders dan bij De Bijenkorf. De inkoopster van De Bijenkorf komt bij mij langs en dan stellen we de collectie samen. Het is een andere manier van denken, want ik ben meer bezig met de Simone Pérèle-wereld en het beeld wat ik in de shops van Simone Pérèle kan neerzetten.. Bij de winkeliers ben ik juist bezig met het geheel van de winkel.”

De bestlopende setjes

De vaste lijn ‘Andora’ is één van de goedlopende lijnen van het merk. De techniek van de beha wordt bepaald door het materiaal dat ervoor is gebruikt. Het 3D Spacer met Simplextricot zorgt voor de speciale touch aan deze serie. “Iedere minuut van de dag verkopen we er daar één van op de wereld”, lacht Mariska. “Simone Pérèle was de eerste die het materiaal voor de Spacer-beha ontwikkelde, in 2006. Het is een voorgevormde cup die rekbaar is en ademt en heel belangrijk; de cupmaat wordt niet vergroot.”

Maar de vraag naar niet-voorgevormde setjes neemt de laatste tijd ook toe in Nederland, merkt Mariska. De collecties van Pérèle zijn de ideale uitkomst voor deze vraag. Veel beha’s uit de nieuwe collecties zijn niet-voorgevormd en veelal bewerkt met kant. “Het kantwerk, dat is waar we heel sterk in zijn. We doen heel veel met bewerkingen, ook met borduursels en guipure. De serie Envol in de lente/zomercollectie 2016 is daar een voorbeeld van. Het is een hele technische beha, met een combinatie van visnet, tule en borduursels.”

“Alle collecties van Pérèle sluiten goed op elkaar aan qua kleur en stijl, omdat één designer alles ontwerpt. Katja Charle is de Creative Director en zij zorgt ervoor dat de lingeriestijl en de patronen in het kant met elkaar matchen.”

Badmode

Die eenduidige stijl van de designer is ook terug te zien in de badmodecollectie voor lente/zomer 2016 van Simone Pérèle. "De badmode moet complementair zijn aan lingerie. De vrouwelijke en chique stijl is ook weer in de bikini's en badpakken te zien. In de lijn 'Farandole' is bijvoorbeeld ook guipure verwerkt. En de pasvorm van de bandeaubikini's is één op één overgenomen van de strapless beha's, waarom Simone Pérèle bekend staat. Klanten zijn daaraan gewend en daarom loopt die lijn ook goed", aldus Mariska.

"Wereldwijd verkopen we iedere minuut van de dag één Andora Spacer beha"

Simone Pérèle's badmodecollecties zijn in de zomer van 2015 voor het eerst in de Benelux geïntroduceerd. "We hebben er al vijf jaar mee gewerkt in

Italië, Spanje en Frankrijk, omdat mensen daar toch meer badmode dragen. Daar hebben we de collecties getest en nu is de badmode ook in de Benelux te verkrijgen. De eerste verkoopresultaten waren goed en volgende seizoen is er weer een collectie."

De lingerie produceren we in Madagaskar, Mauritius en Tunesië in onze eigen fabrieken en die productie kunnen we zelf controleren. De badmode besteden we nog uit en dan kunnen we het proces minder makkelijk controleren. Om dit nog beter te begeleiden hebben we nu een aantal collega's die zich alleen nog focussen op onze badmodecollectie."

Ontwikkelingen voor de toekomst

"We zijn nu bezig met een aantal veranderingen binnen de IT- en communicatieafdeling, om de organisatie te professionaliseren. We willen dat het makkelijker wordt voor klanten om hun bestellingen in te zien, om te kijken welke artikelen op voorraad zijn en hoe lang de levertijd is voor een bepaald product. Daarvoor moeten de systemen ook geprofessionaliseerd worden en dat kost tijd. We hopen dat het in 2016 van de grond kan komen, zodat we onze klanten ook beter kunnen informeren en ze altijd up-to-date zijn."

Meer informatie:

Simone Pérèle Benelux

Tel. +32 (0)24 654520

mariska@simone-perele.nl, www.simoneperele.com/nl



Mariska van der Schans bij de okerkleurige set Favorite en de fuchsia set met de nieuwe spacer van Caresse in de etalage van Simone Pérèle in The Cube Center in Almere

Rösch mikt op jongere doelgroep met **Bee Happy**



Rösch staat al jarenlang bekend als een merk dat hoogwaardige bodyfashion levert aan de moderne, kwaliteitsbewuste volwassen vrouw. Hierbij maakt het merk gebruik van de beste materialen en bewerkt deze op een kwalitatieve manier. Dit leidt tot moderne, goed passende en comfortabele producten met hoogwaardige details en exclusieve prints. Nu gaat Rösch zich ook op een jongere doelgroep richten. Dat doet het met de nieuwe lijn Bee Happy, die dezelfde kwaliteit levert voor een aantrekkelijke prijs.

De eerste collectie die onder de naam Bee Happy by Rösch uitkomt is de nachtkledinglijn voor de lente en zomer van 2016. De collectie is verdeeld in zes thema's die rond één kleur zijn ontworpen. De eerste twee themakleuren, die begin februari geleverd gaan worden, zijn groen en roze. Rood en blauw volgen in het begin van maart en geel en violet maken de collectie in de eerste week van april af.

Eigenschappen

De collectie is gemaakt van katoen en valt op door de frisse kleurenprints, inspirerende teksten die op de v-nek shirts en mouwloze tops van de pyjama's zijn geprint en de gehaakte details. De prints lopen uiteen van bloemen en strepen tot vogels (roze), paisley (rood), hartjes (blauw), ruiten (violet) en meer. Ook is er een grote variatie aan modellen shirts, broeken, japons, slaapshirts en jumpsuits. De geadviseerde winkelverkoopprijzen zijn €59,- en €69,- per set.

Meer informatie: Zeegers Fashion Specialities
Tel. +31 (0)70 5112198, www.zeegers.nl



Hanro viert dertig jaar 'Cotton Seamless' met speciale verjaardagscollectie

Het Zwitserse lingerie- en nachtmodemerken Hanro vierde 25 augustus 2015 in de Hanro Store Munich '30 Years of Cotton Seamless'. Daarbij werd de speciale 1601 'Cotton Seamless' Anniversary collection gepresenteerd. Voor het evenement waren toonaangevende Duitse moderedacteurs, stylisten en bloggers uitgenodigd. De zaak waarin het event werd gehouden, was compleet gerestyled en had een nieuwe look.

Tijdens het evenement werd de geschiedenis van de iconische 'Cotton Seamless' verteld. Dit is Hanro's bestseller en een favoriet van velen, sinds de introductie van het hemd in 1985. De verjaardagscollectie '30 Years Cotton



In de hernieuwde Hanro-winkel in München werd 30 jaar Cotton Seamless gevierd

Seamless 1601 Camisole' bestaat uit zes frisse en zomerse kleuren. Dit artikel staat symbool voor de stijl van Hanro in de afgelopen dertig jaar: het hemd is gemaakt van honderd procent katoen en is naadloos en heeft geen zoom. Het hemdje heeft een V-hals en is afgewerkt met een subtiële rand van satijn.

Kleurenpalet

Het levendige kleurenpalet van de verjaardagscollectie onderstreept de diversiteit van het kledingstuk op het gebied van mode en laat zien dat het hemdje op verschillende manier gedragen kan worden. Een échte basic die in iedere kledingkast moet hangen, voor iedere vrouw.

Meer informatie:
Nederland: René Mulder Agenturen, Tel. +31 (0)20-8200911
Vlaanderen: Dyco nv/sa, Tel. +32 (0)2 2632141, www.hanro.com

De '30 Years Cotton Seamless 1601 Camisole' serie is er in zes verschillende kleuren

Mode City trekt bijna 14.000 vakbezoekers naar Parijs

Mode City, de internationale vakbeurs voor lingerie en badmode trok in de drie beursdagen bijna 14.000 bezoekers. De beurs in Parijs vond van 4 tot en met 6 juli plaats in Paris Expo Porte de Versailles. De inkopers waardeerden de veranderde beursindeling met aan de ingang van de hal een brug met een 360 graden overzicht van de beurs. Ondanks de hoge temperaturen kwam een groot aantal internationale gasten op de beurs voor lingerie badmode, beachmode, spa-wear en active-wear voor voorjaar/zomer 2016 af.

De meeste bezoekers van Mode City waren afkomstig uit Frankrijk, maar de beurs heeft haar internationale positie ook laten zien met ruim 72 procent internationale bezoekers in de drie dagen. Duitsland staat op nummer 2 met het aantal bezoekers en Italië heeft de derde positie gehaald.

Nederland in de Top-10 aantal bezoekers

Nederland maakt onderdeel uit van de landen in de Top-10 van het aantal bezoekers, ons land bekleedt de tiende plaats in deze rij. De bezoekers uit Japan en Rusland waren deze editie minder dan afgelopen jaren. Het aantal inkopers uit Oekraïne en de Verenigde Arabische Emiraten is daarentegen gestegen.

Mystiek evenement

Tijdens Mode City was er in Hotel Molitor een modeshow die een overzicht gaf van de mystieke badpakken van 1890 tot 1950 en de badmodecollectie van 2016 van toonaangevende merken werd hier ook geshowd. De eerste bikini werd op 5 juli 1946 door Louis Réard gepresenteerd in het zwembad van datzelfde Molitor en daarom vond dit evenement daar plaats.

Populaire labels

Het label 'Ma boutique bouge' viel zeer in de smaak bij alle winkels en Franse en internationale inkopers hadden ook interesse voor 'Signature'-merken en jonge veelbelovende labels die aanwezig waren op de beurs. Daarnaast trok het nieuwe aanbod active-wear en producten die erbij hoorden veel aandacht van de inkopers.

Vakgebieden

De bezoekers waren ook enthousiast over het kwalitatieve en creatieve aanbod van de exposanten van het vakgebied Limited Edition, volgens de organisatie. Daarnaast waardeerden ze het nieuwe concept van het Trendforum, dat gelegen was aan de ingang van de vakbeurs. Deze ruimte vol inspiratie en gezelligheid, trok iedere beursdag veel publiek.



De modeshow van Maryan Mehlhorn

Meer informatie:

Promosalons Nederland, tel. +31 (0)20 4620020
www.lingerie-swimwear-paris.com

▼ De modeshow bij Hotel Monitor

▼ De fotostudio bij het Trendforum



Modellen showen badmode bij de modeshow bij Hotel Monitor





ROSA FAIA
BEAUTYFULL



BFC ALMERE | SHOWROOM C2.44

Anita Nederland bv
Telefoon +31 (0)294 414 446 | E-mail anita.nl@anita.net
www.anita.com

NATURANA



www.naturana.nl

'Bolas' maakt mannen bewuster van wat ze onder hun kleren dragen'

"Bolas Underwear staat voor mannen met ballen en voor een bewustere beleving van wat mannen onder hun kleding dragen. Vrouwen dragen ook mooie lingerie onder hun kleren, waarom hebben mannen dan geen stoere boxershort aan?" vertelt Everon Jackson Hooi na afloop van de lancering van zijn nieuwe merk Bolas Underwear. Op 7 september introduceerde Everon samen met zijn drie compagnons de nieuwe boxerlijn tijdens een launch party in Villa Thalia in Rotterdam.



Voor de lancering heeft Everon (ook bekend uit de soapserie Goede Tijden, Slechte Tijden als Bing) flink uitgepakt. In een arena-achtige setting kunnen de genodigden genieten van een prosecco en kleine tapas, in afwachting van het moment van de officiële lancering. Op het podium staan twee dj's te draaien en danseressen staan verspreid door de zaal op verhogingen te dansen. In het midden van de ruimte staat een catwalk, waarop modellen de nieuwe lijn later op de avond zullen showen.



Everon Jackson Hooi en de modellen die het ondergoed van Bolas dragen

Vliegende start

Everon maakt zijn entree tijdens de avond op een bijzondere manier: hij hangt in de lucht aan twee kabels en vliegt zo over de genodigden heen richting het podium. "Vijf jaar geleden kwam het idee van een eigen boxershortlijn in me op en dat idee bleef maar knagen", vertelt hij. "Ik besprak het met Roland (Ykel, Brand & Marketing red.) en uiteindelijk zijn we twee jaar geleden begonnen met de uitvoering ervan. Ik had dit nooit in m'n eentje voor elkaar gekregen. Ik ben zo blij dat Dave en Misja ook zijn aangesloten, zonder hun expertise was Bolas niet zo geworden. Dave is bekend in de lingerie wereld en Micha stelde zijn bedrijf open voor me, zo tof van ze!"

Na een korte en emotionele speech is het moment daar: de vier mannen lanceren de webshop van Bolas Underwear met één druk op de knop. Eén van de boxershorts verschijnt op het grote scherm achter hen in beeld. Na de lancering komen twaalf modellen de catwalk opgelopen en showen de boxers en briefs van Bolas Underwear, onder luid gejoel en applaus.



Toekomstplannen

Op de vraag hoe Everon de ontwikkeling van Bolas nu voor zich ziet, antwoordt hij: "We moeten trouw blijven aan ons merk. Ik wil met leuke designs komen en daarover brainstormen we met z'n vieren. Daarnaast is er een creatief team dat de ontwerpen maakt en ons verder helpt. Met de feestdagen komen we met het 'City'-thema; dus de wereldsteden zoals New York waar mensen naartoe gaan om kerstinkopen te doen. Amsterdam zit er ook bij, voor de thuisblijvers", lacht hij.

"Ik zou graag willen dat onze boxerlijn in de Men at Work komt te liggen en in De Bijenkorf, want daar komt de doelgroep die wij willen aanspreken. We liggen nu bij 45 verkooppunten in Nederland en hebben we online shop, maar we willen natuurlijk meer Bolas in winkels", aldus Everon. De acteercarrière van Everon lijdt niet onder zijn ondernemerschap; hij blijft beide doen. "Bij Goede Tijden Slechte Tijden ben ik Bing, ik leef me helemaal in hem in en dan ben ik met totaal iets anders bezig. Daarbij volg ik vooral een script en bij Bolas is het een creatief proces. Dan moet ik zelf vormgeven aan ideeën en sparren met partners, maar de combinatie van die twee maakt het werk uitdagend."



Meer informatie:
Bolas Underwear
Tel. +31 (0) 88 7127030
office@bolasunderwear.com
www.bolasunderwear.com

Lingeriemerk **Cosabella** maakt met Paul & Joe nieuwe lingerie- en nachtmodecollectie

Het Italiaanse lingeriemerk Cosabella gaat samenwerken met het designlabel Paul & Joe. De collectie van lingerie en nachtmode zal onder de merknaam Paul & Joe x Cosabella te verkrijgen zijn. Het assortiment ligt in het voorjaar van 2016 in de winkels en is dan ook online te koop.

“We zijn erg blij dat Paul & Joe Cosabella koos om de collectie verder te ontwikkelen. Het is één van de grootste lifestyle merken in Europa dat van mannen- en vrouwenkleding naar cosmetica, accessoires en schoenen gaat. Voor Cosabella is een strategische samenwerking met een designer een stap naar de wereldwijde focus”, laat Guido Campello, CEO van Cosabella weten in een persbericht.

Prints en kleuren van Paul & Joe

In de samenwerking tussen de twee merken zal ook de invloed van Sophie Mechaly, de oprichter van Paul & Joe, zichtbaar zijn. Mechaly's onderscheidende stijl van prints, kleuren en stoffen beïnvloedde Paul & Joe's ready-to-wear collecties namelijk. Het team van Cosabella zal het ontwerp en de productie van de collectie op zich nemen. In een persbericht laat Sophie Mechaly weten dat de samenwerking met Cosabella goed beviel.

Stoffen

Voor de collectie is onder meer van stoffen als pima katoen en microvezels gebruik gemaakt. De verkoop aan consumenten start in januari 2016 in de Cosabella-winkels, de luxe warenhuizen, speciaalzaken en online.



Meer informatie

Nederland:
Female United by B.B. Intimates
Tel. +31 (0)6 54275008
geraldinevanzijl@online.nl
www.femaleunited.be

BeLux:
Female United
Tel. +32 (0)475 687736
info@femaleunited.be
www.femaleunited.be

Zomerse sleepwear van **Charlie Choe** in spring/summer collectie 2016 voor mannen

Speelse en comfortabele sleepwear voor mannen, daar staat de spring/summer collectie 2016 van Charlie Choe voor. Dit seizoen haalt het merk de inspiratie uit de zomerse wereld. Het thema Summer Dreams speelt in op de trends van nu, zoals florals, perfect pop en creature craft. Charlie Choe komt met een collectie die in een nieuw jasje is gestoken.

Nieuwe bewerkingen, trend- en basispatronen zijn gecombineerd met jersey-kwaliteiten voor een hoog draagcomfort. Voor de zomer is gekozen voor een lichtere jersey voor een soepvallend silhouet, dat zacht en luchtig op de huid zit.

Summer Dreams

De mannencollectie bestaat uit comfortabele shorts, loungepants, shirts en stoere boxer-shorts met prints van exotische beachlife-invloeden. Het Home Cardigan heeft een nieuw model met een melange-kwaliteit en tough streep aan de binnenkant van de capuchon. Alle mannenprints zijn mix- en matchbaar.

De Charlie Choe Sleepwear Spring/Summer 2016-collectie is te koop vanaf eind februari 2016 in de maten S t/m XL.

Meer informatie:
Charlie Choe
Tel. +31 (0)73 5113992
www.charliechoe.com



Luxere lingerie in lente/zomercollecties 2016 van **Naturana**

De merken Naturana Exclusive, Iris en Eva van Naturana hebben in de lente/zomercollectie 2016 luxe lingerie die in verschillende stoffen en kleuren beschikbaar is. Naturana Exclusive laat de trends en innovaties in de collectie zien en richt zich op de juiste pasvorm voor grote en kleinere maten. Het merk Eva komt met acht verschillende series in drie kleurpaletten, met drie verschillende leveringsdata. Iris staat voor luxere nachtmode.

In de collectie van Naturana Exclusive zijn de kleurpaletten 'denim' en 'pearl' afgestemd op elkaar. De lijn heeft vier verschillende series: Wild Passion, Lace and Roses, Pure Pleasure en Luxury Shape.

De series van Naturana Exclusive

Wild Passion heeft een exclusieve look door de afwisseling van mat en glanzend in het materiaal, de cups zijn erg zacht en geschikt voor grotere maten. De serie is verkrijgbaar in de kleuren graniet en sahara. Lace and Roses is een serie waarin rozenprints, tule en kant gecombineerd wordt. De serie heeft een goede pasvorm en de juiste ondersteuning en straalt vrouwelijkheid uit.

Pure Pleasure heeft een mooi en vrouwelijk design met strepen en bloemen die voor een exclusieve uitstraling zorgen. De ondersteuning aan de zijkanalen en de afwerking van de cups maken deze set geschikt voor grotere maten. In de Luxury Shape serie speelt de minimiser een leidende rol. De serie heeft een satijn glans en is een elegante serie met fijn elastisch kant.

Oriëntaals blauw is één van de nieuwe kleuren in de series van Eva



Licht taupe is de nieuwe kleur in de Soft Shape DL series van Eva

Eva

Eva is een verleidelijk, mysterieus en zelfbewust merk. De collectie bestaat uit een luxe uitgevoerde lingerie – en badmodelijn, waarbij de items met veel zorg zijn samengesteld. Er is gebruik gemaakt van kleurrijke stoffen in combinatie met geraffineerde designs en unieke details. Daarnaast wordt er gewerkt met thema's die zo op elkaar zijn afgestemd, dat er één duidelijke beeld ontstaat en de modellen uit de thema's ook afzonderlijk met elkaar gecombineerd kunnen worden.

Aan de acht series van Eva zijn nieuwe kleuren en stijlen toegevoegd, zowel aan de NOS als aan de nieuwe collecties voor 2016. Zo heeft de serie Soft Shape DL een licht taupe kleur erbij en zijn de nieuwe kanten setjes in ivoorkleur ideaal als lingerie voor bruiden. Deze serie heeft veel verschillende artikelen die te combineren zijn, van seamless lingerie tot aan kanten lingerie.

Ook aan Serie 04 van Eva zijn nieuwe items toegevoegd. De kleuren oriëntaals blauw en ivoor zijn nieuw in deze serie. De andere series voor lente/ zomer 2016 van Eva worden ook gekenmerkt door de kanten afwerkingen, dierenprints en satijnachtige stoffen.

Iris

Naturana heeft ook een ruime keuze aan nachtmode van het merk Iris. De Iris nachtkollectie staat bekend om haar luxe en verfijnde uitstraling van hoogwaardige kwaliteit. De voorjaar/zomer 2016 collectie bestaat uit vijf series, die allemaal met elkaar te combineren zijn. Tops en broekjes met kanten afwerkingen en kimono's maken onder anderen onderdeel uit van de collectie.

Meer informatie:

Naturana Mode C.V.

+31 (0)26 3193939

info@naturana.nl, www.naturana.nl

info@eva-dessous.nl, www.eva-dessous.nl



The Body Cover Group maakt ontwikkel- en productieproces van collecties sneller en efficiënter

The Body Cover Group, producent en distributeur van de merken After Eden, Boobs & Bloomers en Nicky Nobel Beachwear, heeft een manier gevonden om het ontwikkel- en productieproces van hun collecties efficiënter en sneller te laten verlopen. De nieuwe tool die hiervoor aangetrokken is, heet Delogue en is ontwikkeld door Total Concept Group.

Delogue is een online Product Data Management Tool en leveranciersportaal in één en hiermee kan het team efficiënter werken en is zij in staat om de beoogde groeiplannen van The Body Cover Group uit te voeren. In een persbericht laat Dora Berk, Head of Buying bij Body Cover Group, weten dat het concern op zoek was naar een manier om meer grip te houden op het ontwikkeltraject van de collecties.

Delogue is voor het bedrijf die oplossing. Alle gegevens zijn op artikelniveau terug te vinden en het is een combinatie van een plan- en e-mailsysteem, aldus Dora Berk. Zo kunnen zowel The Body Cover Group als de retailer zien wat de status is per artikel.

Delogue

Designers en inkopers werken in Delogue online samen met leveranciers, waardoor het productieproces zo efficiënt mogelijk verloopt. Het geeft meer overzicht en structuur voor designers, inkopers en leveranciers, bevordert de onderlinge communicatie tussen designers, inkopers en leveranciers en zorgt voor een verbeterde workflow en verhoogde efficiëntie.

Meer informatie:
The Body Cover Group
Tel. +31 (0)416 668080
info@bodycovergroup.com
www.bodycovergroup.com

Total Concept Group
+31 (0)30 6874739
www.tcog.nl



Luxe in elk detail bij Pastunette Deluxe



Pastunette Deluxe heeft in de collectie voor zomer 2016 gekozen voor opvallende details. De lijn is er voor vrouwen die graag stijlvolle nachtkleding dragen, waarin zij tijdens de zomerse dagen ontspannen.

Eén van de ontwerpen is uitgevoerd in vrouwelijk kant van zachte viscose en voelt heerlijk aan op de huid. Deze 'shortama' is een musthave voor de volgende zomer. Luxe ontwerpen in moderne prints van verschillende tinten grijs zetten de toon in deze collectie. De modellen zijn voorzien van bijzondere details voor extra luxe. Voorbeelden hiervan zijn een puur satijnen bias aan de voorkant of belijning in de hals.

Vrouwen kunnen bij Pastunette Deluxe kiezen voor een grafische print in donkerblauw of een romantisch shortje in verschillende elegante dessins. De collectie is verkrijgbaar in diverse uitvoeringen. De lijn gaat van losse pyjama-broek en nachthemd tot aan complete pyjama, of mix en match jouw stijlvolste pyjama-set bij elkaar.

Door het gebruik van hoogwaardige, natuurlijke kwaliteiten voelen de items zacht aan. De nachtkleding van Pastunette Deluxe kan gedragen worden als comfortabel homewear, maar ook als nachtmode. Ideaal om 's avonds in huis te lopen of om in te slapen.

Meer informatie:
Zetex Body Favourites
Tel. +31 (0)475 593855
www.zetex.nl

Nieuwe lingeriecollectie **Leg Avenue** is Urban Chic

Leg Avenue, het merk dat staat voor elegantie, sexappeal en vrouwelijkheid, heeft een nieuwe lingeriecollectie: **Urban Chic**. Deze collectie is een fashionable aanvulling op de bestaande collectie van Leg Avenue en valt onder de Fall/Holiday-collectie van het merk.



Dit merk heeft een divers aanbod, waardoor vrouwen met verschillende interesses op het gebied van lingerie terecht kunnen bij Leg Avenue. De collectie Urban Chic laat zien dat er veel mogelijkheden zijn voor kant. Van ondeugende elegantie tot aan hedendaagse mode. De lijn past bij het 'Sex and the City'-gevoel.

Urban Chic

Het karakter van de collectie is urban chic en doorschijnende stoffen en kant komen veelvuldig terug in de

◀ *De Boudoir-look van Leg Avenue is een populaire lijn die de vrouwelijkheid en sensualiteit benadrukt*

lijn. De diverse setjes zijn in verschillende kleuren te verkrijgen zoals zwart, zwart met blauw en zwart met rood. De collectie bestaat uit ver-

scheidene soorten strings, jarretels, beha's en slips.

Boudoir

Boudoir is de behoefte om er vrouwelijk, verleidelijk en klassiek uit te zien. Het is voor veel vrouwen dan ook geen thema, maar een levensstijl. Leg Avenue speelt op deze levensstijl in met haar Vintage-collectie.

Deze collectie bestaat uit stijlvolle lingerie voor vrouwen die verlangen naar de tijden van Marilyn Monroe. De uitstraling van Vintage is luxe en klassiek. Het concept 'vintage' is tijdloos en de designers van Leg Avenue verweven daarin de trends.

Glamour is in deze lijn een sterk thema. In de ontwerpen binnen de Vintage-lijn zijn veel details gebruikt, zoals strikjes, ritsen en veel kant. Ook jarretels zijn geliefd binnen deze serie, voor een extra vrouwelijke touch.

Meer informatie:

Leg Avenue Europe
Tel. +31 (0)24 2403444
www.legavenueeurope.com

▲ *In de lingerie van de Urban Chic-collectie van Leg Avenue is veel kant verwerkt*



Hotelpresentatie in Almere laat uitgebreide lingeriecollecties zien in ontspannen sfeer

Bij de hotelpresentatie op 9, 10 en 11 augustus presenteerden Henk Nieuwland, Gert Staal en Joyce van Hal diverse lingerie merken in Hotel Bastion in Almere. Hier werden de merken Panache, Syl Design, Lou Paris, Vanity Fair, GrimaldiMare, NO-MI Shapewear, Kelly-Jo, Like It!, Pfau, Jensen • Danmark, Massana, Götzburg en Nina von C. geshowd.



Syl Design, de toonaangevende fabrikant in de lingerie sector voor grotere maten, stond met zowel de nieuwe collectie als de nieuwe modellen bij de hotelpresentatie. Eén van de vertegenwoordigers van Syl Design, Joyce van Hal, vertelt over deze hotelpresentatie: "We nodigen onze klanten hier uit en zorgen dat ze op hun gemak kunnen rondlopen en in een relaxte sfeer verblijven. Het gaat hier tot tien uur 's avonds door dus klanten hoeven zich niet te haasten."

Ook Gert Staal Modeagenturen vertegenwoordigt Syl Design tijdens de presentatie. Maar Gert Staal staat er ook met lingerie merk Panache. "Dit werkt voor ons heel goed, klanten hebben de tijd en wij versterken elkaar met onze merken. Samen met Henk Nieuwland Agenturen en Joyce van Hal hebben we deze hotelpresentatie opgezet en de samenwerking bevalt goed."

Nieuwe zomercollectie Syl Design

Bij de hotelpresentatie is de nieuwe zomercollectie van SYL ook te zien. Er zijn veel zomerse kleuren beschikbaar voor de collectie. De meest opvallende kleuren zijn red, ice blue en bubblegum. Neutraler zijn off white en rosée. Voor

diegenen die een donkere kleur prefereren is er black/cyan.

Nieuwe modellen

'Sita' is nieuw in de collectie en onderscheidt zich door de driedelige cup die de borsten ronder maakt. De beha is gevoerd, waardoor er nog meer steun wordt geboden aan de zijkant. Door een afwerking van geborduurde kant heeft de beha een luxe uitstraling. Ook heeft het model 'Sita' de bekende brede schouderbanden van Syl Design.

▼ Deze bikini van Panache is ook geschikt voor de grotere cupmaat

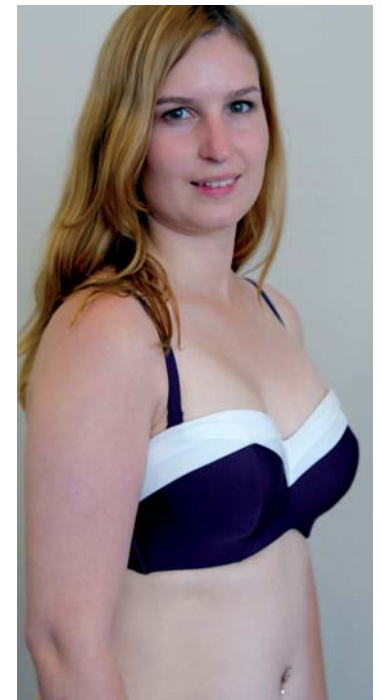
Het model 'Maia' is een bekend product in de lijn van Syl Design. Deze lijn bleek in de afgelopen jaren dermate populair dat er ook vraag kwam naar een body-variant. Die is er nu. Net als de normale 'Maia'-beha heeft de full body versie een glad model met één discrete diagonale naad. De 'Maia body' is verkrijgbaar in rood.

Meer informatie:

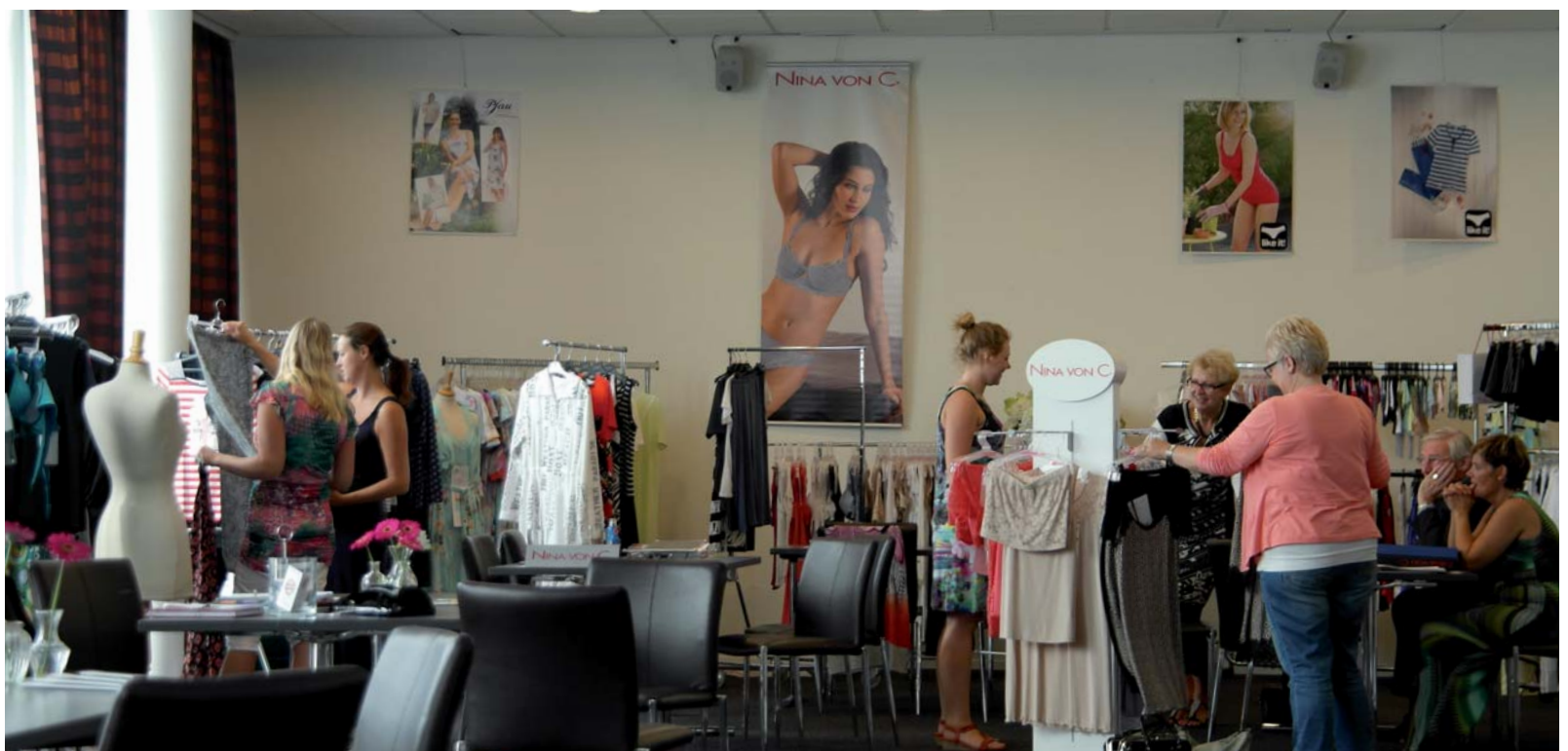
Joyce van Hal Agenturen
Tel. +31 (0)6 12063273
Joycevanhal@kabelfoon.net

Gert Staal Modeagenturen
Tel. +31 (0)6 53409419
info@gertstaal.com

Henk Nieuwland Agenturen
Tel. +31 (0)6 22204470
henknieuwlandagenturen@gmail.com



▼ Tijdens de hotelpresentatie van Henk Nieuwland Agenturen, Gert Staal Agenturen en Joyce van Hal Agenturen konden mensen op hun gemak kijken bij de verschillende merken



Maison Close showt uitdagende lingeriecollectie in Saint Tropez

Chambres des Secrets, Jardin Impérial, Cabaret Smoking en La Cavalière; de nieuwe collectie van het lingeriemerk Maison Close staat in het teken van uitdagende en luxe setjes, met soortgelijke namen. Het merk presenteerde de nieuwe collectie op 25 juli in Saint Tropez en daarnaast werd Maison Close dit jaar verkozen tot verleidelijkste lingerie van het jaar op de Franse Lingerie Awards.



Lingerie voor de hedendaagse vrouw, daar staat Maison Close voor. De nieuwe collectie is verdeeld in drie lijnen: Ligne Confidentielle, Ligne Personelle en Maison Close Accessoires. Iedere lijn is vervolgens verder onderverdeeld in series lingerie en accessoires.

Ligne Confidentielle

In de Confidentielle-lijn draait het om de luxere lingerie. De stoffen zijn stijlvol, de lingerie is gewaagd en de afwerking is goed. Maison Close speelt met het idee om lingerie als kleding te dragen in deze lijn. De lingerie kenmerkt zich door veel kant en mooi afgewerkte randen van de bh's en de broekjes. In de serie Nuit Infinie is veel gebruik gemaakt van korsetten en jarretels.

Ligne Personelle

De persoonlijke lijn biedt intieme lingerie die je iedere dag kunt dragen voor jezelf, maar die ook in de slaapkamer goed past. Deze collecties hebben een unieke textuur die ervoor zorgt dat de lingerie aanvoelt als een tweede huid. Creatieve en onverwachte lingerie voor de intieme momenten. Satijnen en kanten setjes zijn kenmerkend voor deze lijn, net als de doorschijnende stof en jarretels.

Maison Close Accessoires

De accessoires van Maison Close zijn een uitnodiging tot losbandigheid en zijn tegelijkertijd elegant. Handschoenen, kettingen en handboeien horen bij de



accessoires, maar ook jarretels, massageolie en mini-strings vallen binnen deze serie. Maison Close gaat voor de totaalbeleving van lingerie en accessoires in deze uitdagende collecties.

Meer informatie:

Maison Close

Tel. +33 (0)48 6260860

www.maison-close.com





De shapewear-innovatie van het jaar is het resultaat van luisteren naar wat vrouwen echt willen en ze dat ook bieden. Sian Thomas, het hoofd van het creatieve design-team van Triumph over deze serie: "De Magic Boost is ontwikkeld na veel feedback van onze klanten. Ze willen zich weer jeugdig voelen en daar kunnen wij voor zorgen met deze drie beha-fits. Ze zijn allemaal ontworpen met geavanceerde technieken voor de beste pasvorm."

Triumphs Magic Boost-collectie zorgt voor een mooie en jeugdige vorm van het decolleté

Van Magic Wire naar Magic Boost

Triumph combineerde de award-winnende beha Magic Wire met een shaping-technologie tot de Magic Boost. De flexibele technologie die in de Magic Wire is gebruikt, heeft het creatieve team verwerkt in de Magic Boost-serie, in een 3d-manier. De shaping-beha's zijn gemaakt van Nurel verstevigende stof die de textuur van de huid helpt te verzachten.

Alle randen zijn naadloos en daardoor zien de beha's er onder kleding ook goed uit. De bandjes zorgen voor ondersteuning van de ideale pasvorm. Triumph werkt met de rondingen van het vrouwenlichaam en ontwikkelt zo beha's die de juiste rondingen benadrukken.

De kenmerken van de Magic Boost- beha's

De beha's zorgen voor drie verschillende effecten die afhankelijk zijn van de behoeften van de vrouw die de beha draagt:

- Vormt het lichaam door de juiste stof
- Vrouwelijke en aantrekkelijke look
- Verkrijgbaar in de kleuren: nude, zwart en fair orchid

Deze designs brengen het beste in iedere vrouw naar boven. De innovatieve stijlen voor 2016 zijn dé oplossing voor een mooi decolleté. Innovatieve

De Magic Boost-collectie van Triumph is een shapewear-assortiment dat is ontworpen met de allernieuwste technologieën en technieken. Een spectaculair decolleté in een handomdraai; de Magic Boost-collectie van Triumph zorgt daarvoor. De Magic Boost spring/summer 2016 collectie is de manier om op een natuurlijke manier een vollere en rondere borstvorm te creëren. Met een elegant design, bijzondere details en een onmiskenbaar shaping-effect is deze collectie geschikt voor ondersteuning van iedere ronding. De shapewear is verkrijgbaar in de Push-up, Shape Up en Lift Up.

materialen, unieke designs en de juiste technieken zorgen ervoor dat de beha voor iedere vrouw een toevoeging is.

Shape Up

De Shape Up-beha creëert de perfecte, ronde borstvorm en is geschikt voor de vollere borst. De Magic Wire™ innovatie geeft het juiste comfort en de beugel geeft steun, zonder dat deze oncomfortabel aanvoelt. In deze beha is ook kant verwerkt. De behabandjes geven een mooie look en deze beha kun je ook als racer-back dragen. De beha's zijn te verkrijgen in de cupmaten B – D, maat 70-90 en E-F maat 70-85.

Lift Up

Dit is de perfecte beha voor een liftend effect en deze is ontworpen voor de kleinere, zachtere borstvormen. De Magic Wire™ techniek is hierin ook verwerkt. De cup heeft padding voor een natuurlijk liftend effect. De bandjes zorgen voor zachte en comfortabele ondersteuning. Deze beha is in de cupmaten A tot D in maat 70 -85 te verkrijgen. De Lift Up-beha zorgt voor een mooie neklijn en een balconette-shape.

Push Up

De Push Up-beha is ontworpen voor de kleinere borsten. De beha heeft pads in de cups en het borstvolume wordt opgeduwd zodat er een diepe lijn loopt vanaf de neklijn tot aan de beha. De nieuwe Magic Wire™ pasvorm heeft meer padding, zodat het push-up effect groter is. Er is een push-up





en een push-in pad verwerkt in deze beha. De cupmaten waarin de Push Up-beha te verkrijgen is, zijn: cup A tot en met D, maat 70-85.

De Magic Boost-serie is ontworpen met de meest geavanceerde technieken en is voor iedere vrouw geschikt

Meer informatie:

Triumph International B.V.
triumph.nl@triumph.com
www.triumph.com

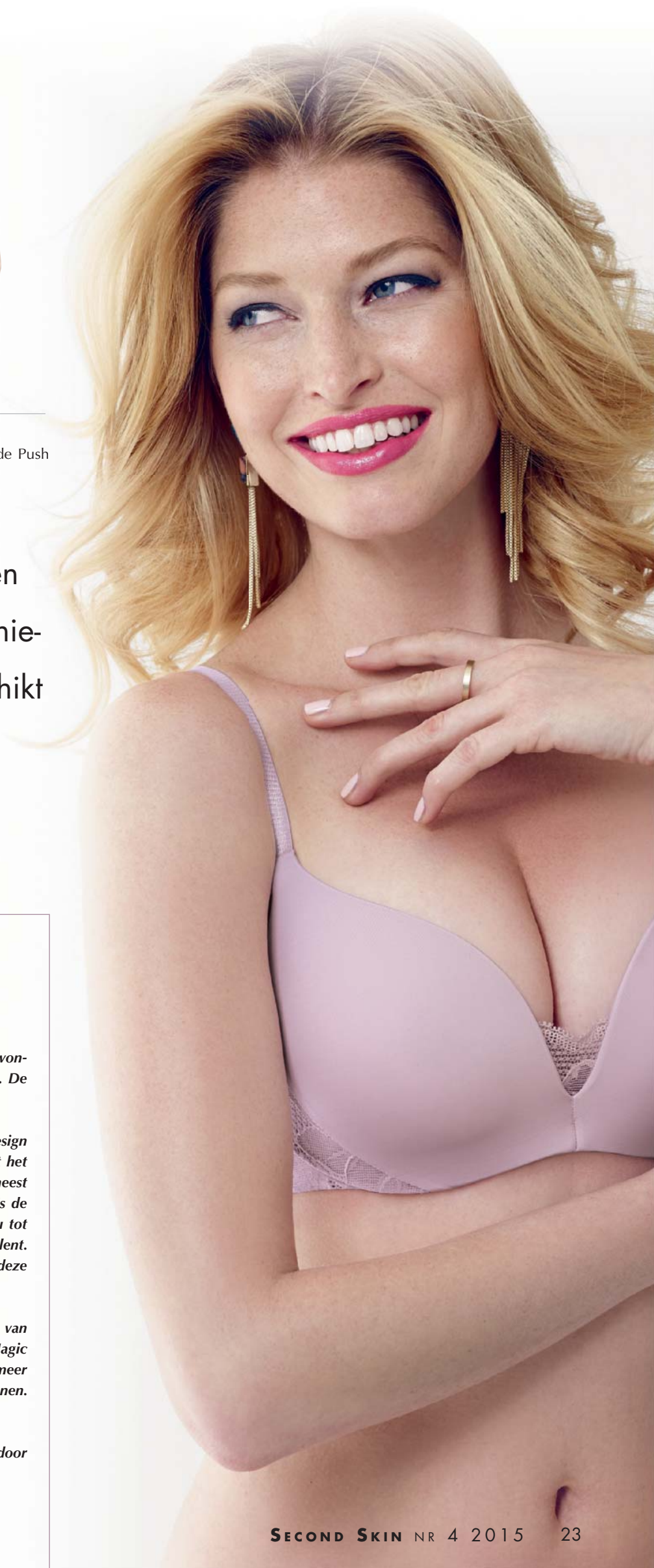
Magic Wire van Triumph wint Red Dot Fashion Award

Triumph heeft de prestigieuze Red Dot 'Best of the Best Award' gewonnen. De designprijs was voor de innovatieve Magic Wire™ beha. De beha heeft top-design kwaliteit en een vernieuwend design.

Red Dot is 's werelds meest belangrijke wedstrijd voor productdesign en het is een internationaal erkende manier om te laten zien dat het design uitstekend is. Triumph is als award-winnaar nu één van de meest betrouwbare merken als het op het design aankomt. Daarnaast is de award een blijk van erkenning en geeft deze aan dat Triumph nu tot één van de merken behoort die wereldwijd bekend staat als excellent. Merken als Nike, Panasonic, Bosch en Volkswagen behoren ook tot deze categorie.

De Magic Wire™-beha is geïnspireerd op de wereldwijde reactie van vrouwen op de beugel. De beugel is vaak oncomfortabel en het Magic Wire Support System verandert het dragen van een beha naar een meer comfortabele manier. De metalen beugel is vervangen door siliconen. De Magic Wire werd in 2014 gelanceerd.

Triumph zet de technologie die in de Magic Wire is gebruikt ook door in haar swimwear-collectie.





CARE



BFC ALMERE | SHOWROOM C2.44

Anita Nederland bv
Telefoon +31 (0)294 414 446 | E-mail anita.nl@anita.net
www.anita.com

second skin



second skin

Vakinformatie voor de totale Lingerie- en Badmodebranche

advertentiemogelijkheden

Voor advertentiemogelijkheden neemt u contact op met Mirjam Voots, tel. (024) 3246146.

advertentiemogelijkheden



Bezoek onze site:
www.second-skin.biz



SYL

Big Size Lingerie
WINTER 2015/16



www.syl.eu

A-dam Underwear boxers zijn nieuw en oer-Hollands



A-dam Underwear is het nieuwe boxermerk voor mannen met karakter. Zoals de naam al doet vermoeden verwijst dit boxershortmerk naar de stad waar A-dam vandaan komt, maar ook naar de Adam die het eerste originele ondergoed uitvond: het vijgenblad. Brandfusion is de distributeur voor A-dam Underwear in de Benelux. In augustus stond A-dam Underwear met een pop-up store in De Bijenkorf in Amsterdam en op 19 september werd het A-dam Underwear Horse-boarding event gehouden.

Echte Hollandse namen

De boxers uit de nieuwe lijn hebben allemaal een oer-Hollandse naam, zoals Harm, Bertus en Egbert. Om de drie maanden voegt A-dam Underwear tien nieuwe designs toe aan de collectie. De designs van de boxers zijn sterk en staan voor mannen met karakter.

De pop-up store

A-dam Underwear is in een aantal winkels in Nederland, zoals Freek Nietsch in Enschede, Wala in Wormerveer, Wildenberg in Eindhoven en Topshelf Nederland al te koop. A-dam Underwear is ook online te bestellen. Ook is het merk in winkels te vinden met een pop-up store. De pop-up store is wegens succes doorgevoerd naar een vaste positie in alle filialen van de Bijenkorf. Vanaf januari ligt A-dam Underwear ook in de schappen bij Selfridges (inclusief pop-up store).

De Bijenkorf

Zo stond in De Bijenkorf in Amsterdam een interactieve presentatie waarbij er op een paspop verschillende boxershorts werden geprojecteerd. Het Amsterdamse onderbroekenmerk zette hiervoor de WT Lighthouse in, een plug-and-play opstelling voor winkels en beurzen, waarmee grote interactieve vloer- en muurprojecties kunnen worden gemaakt. Het winkelende publiek kan



de verpakking van A-dam Underwear scannen en deze is dan op de paspop terug te zien.

Organisch katoen

A-dam Underwear boxers zijn gemaakt van 95% organisch katoen en 5% elastaan. Het ondergoed is gemaakt van gerecycled materiaal en het gehele proces van katoen tot aan boxershort verloopt dan ook organisch. De boxershort worden in Turkije geproduceerd. De Basics kosten €19,50 en de boxers met Prints €22,50.

Meer informatie:

Brand Fusion

Tel. +31 (0)30-6879201

www.brandfusion.nl



LingeriePRO viert dertigste editie met drukke beurs



“LingeriePRO creëert een gemoedelijke en open sfeer. We hebben geen gesloten stands, maar open stands die uitnodigen tot naar binnenlopen”, vertelt organisator Philippe Bracke. Op 26 en 27 juli was Waagnatie Expo & Events in Antwerpen het toneel voor de lingeriebeurs in België. Ieder half jaar organiseert Bracke de Tradefair in Antwerpen. Waren er tijdens de eerste editie in Waagnatie Expo & Events vijftig bedrijven die zich presenteerden, nu tijdens de dertigste editie zijn dat meer dan 120 aanbieders met meer dan 350 merken.

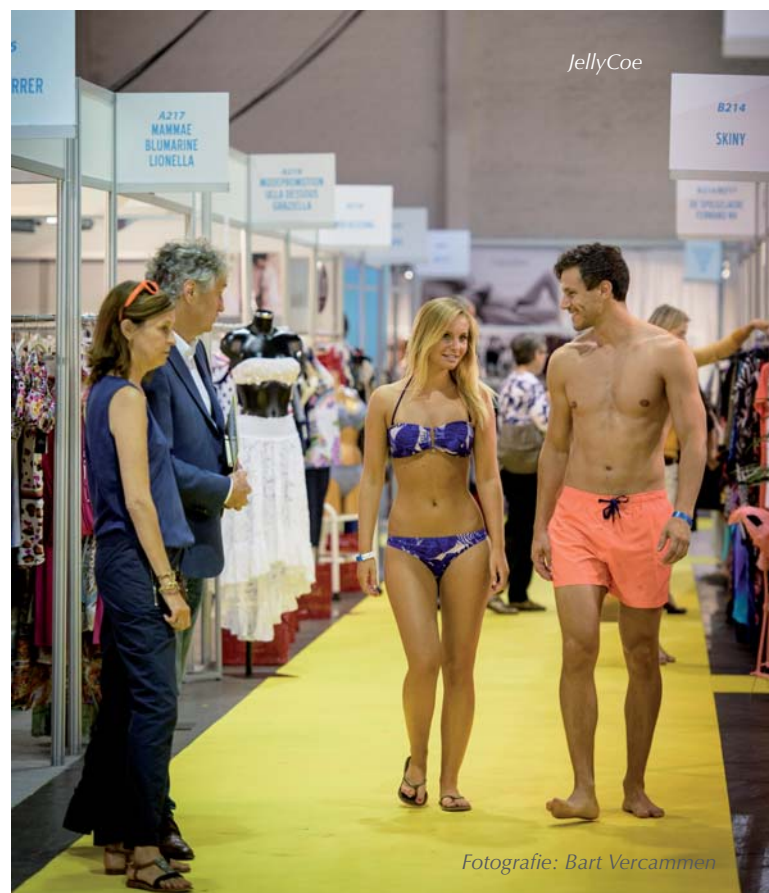


Fotografie: Bart Vercammen



Vlaamse Missen bij The Body Cover Group

Het aantal bezoekers aan LingeriePRO is identiek aan het aantal van voorgaande zomereditie: bijna 650 unieke zaken waren aanwezig, aldus Philippe Bracke. “We zagen steeds meer winkeliers beide dagen langskomen en dat past bij het concept van LingeriePRO. Het is een ideale mix van oriënteren en ordenen”, volgens de organisator.



Fotografie: Bart Vercammen



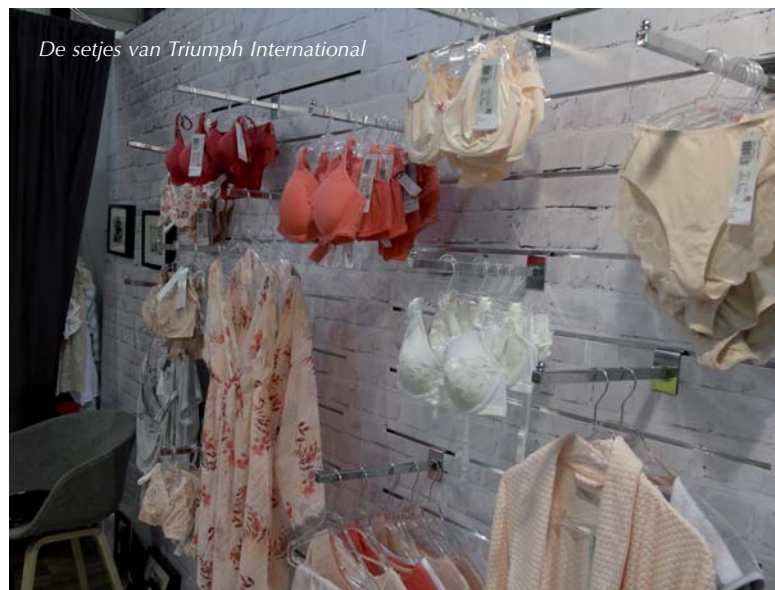
Detailisten in gesprek bij Wacoal



Maryan Beachwear:
Onno Mijs en Gina Hermans



JellyCoe



De setjes van Triumph International

'Antwerpen is 'the place to be' geworden om de juiste personen te vinden die kunnen helpen bij de lancering of continuïteit van een merk'

Contacten leggen

"Voor veel fabrikanten die de Benelux als exportmarkt willen hebben, is Antwerpen 'the place to be' geworden om de markt af te tasten en om de juiste personen te vinden die hen kunnen helpen bij de lancering of continuïteit van hun merk", zegt de organisator van LingeriePRO. "De eerste dag van de beurs leek op een drukke markttag voor de standhouders en was soms hectisch. Op de tweede dag heerste er een aangename en rustige werksfeer waarbij de al bestaande klanten, maar ook toekomstige klanten de aandacht kregen die ze verdienen", zegt Bracke.

Happy 30 Editions

De titel van het evenement 'Happy 30 Editions' sluit volgens Philippe Bracke mooi aan bij het gevoel dat bij de bezoekers en standhouders is blijven hangen na de beurs: een positief en happy gevoel, met het vertrouwen in de toekomst van LingeriePRO.

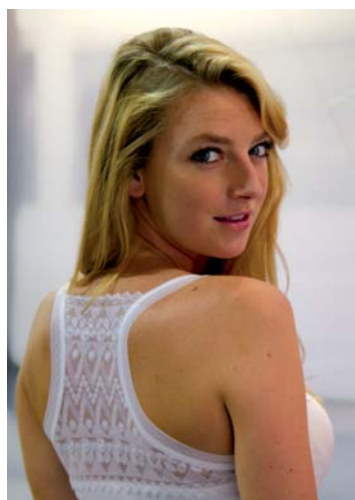
De wintereditie van LingeriePRO vindt van 31 januari tot en met 1 februari 2016 plaats en de zomereditie van 31 juli tot en met 1 augustus 2016.

Meer informatie:
LingeriePRO, Tel. +32 (0)475 285503

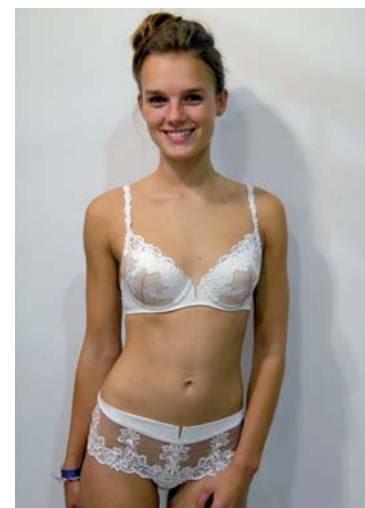
info@lingeriepro.be
www.lingeriepro.be



Organisator Philippe
Bracke bij de ingang
van LingeriePRO



Deze set van Simone Pérèle springt direct in het oog door een 'inkeping' die zowel in de beha als in het slipje terugkomt ▼



▲ Deze Wacoal-set werd zeer enthousiast ontvangen tijdens de catwalk-show in Amsterdam. De set was ook te zien tijdens LingeriePro



Sprankelende benen met kerstcollectie van **Oroblù**

De luxury collectie 2015 van Oroblù, het Italiaanse beenmode-, bodywear- en lingeniermerk, maakt jurkes en rokken nog feestelijker. Deze beenmodecollectie Sparkling X-mas is een combinatie van romantiek en sensualiteit.

De bewerkte kanten producten zijn ware kunstwerken. In de collectie is veel zilver- en gouddraad verwerkt en het kleurenpalet bestaat uit intense en diepe tinten kobalt en bordeaux. Ook zwart ontbreekt niet in de collectie. De panty's, stay-ups en sokjes zijn ook in transparanten te verkrijgen.

Meer informatie:
Hosiery Center bv
Tel. +31 (0)73 6579133
www.oro blu.nl



Dos Beachwear en Aguia Badmode nieuwe merken beachwear voor **MC Fashion Import & Agencies**



Dos Beachwear en Aguia Badmode zijn de twee nieuwe merken van MC Fashion Import & Agencies, distributeur in de Benelux en UK. Beide merken presenteren een zomercollectie voor 2016 in beachwear voor vrouwen.

Het merk Dos Beachwear komt met de collectie Unpredictable. Deze collectie is gericht op de persoonlijkheid van degene die de beachwear draagt en op het gevoel dat de lijn kan oproepen. Dos is ontworpen door Diana Osorio en zij raakte geïnspireerd door de zon, het water en het zand en wil vrouwen fascineren met de badmode die ze ontwerpt. Dos wordt gekenmerkt door de exclusieve stoffen, fijne texturen en mooie afwerkingen. De collectie bestaat uit bikini's, badpakken en tops in diverse felle kleuren en opvallende details zoals strikjes en franjes.

Aguia Badmode

Het tweede merk dat MC Fashion Import & Agencies distribueert is Aguia Badmode. Aguia is een Braziliaans merk dat al jaren op de markt is. De doelgroep van deze badmode is de meer conservatieve vrouw. De stoffen van de beachwear zijn zacht en mooi afgewerkt. Een bikini van Aguia kost tussen €89,- en €99,- en een badpak is verkrijgbaar vanaf €99,-.

◀ Felgekleurde bikini's en badpakken zijn in de collectie van Dos Beachwear sterk vertegenwoordigd

Meer informatie:
MC Fashion Import & Agencies
Tel. +31 (0)6 2905 7759
www.monicacery.com



▲ De zomercollectie voor 2016 van Aguia Badmode is voor de meer conservatieve vrouw



Sylvia Stymans zit al meer dan dertig jaar in het lingerie-vak. Al dertien jaar heeft ze een eigen winkel in Spijkenisse met de grootste bruidsafdeling van Nederland. Daarnaast is ze auteur van twee lingerie-boeken: 'Het borsten pocketboekje' en 'De lingerie-expert onthult'. Haar kennis en expertise lenen zich perfect voor een column. Second Skin geeft Sylvia dan ook graag in iedere editie het woord.

De periode van de inkoopbeurzen is weer achter de rug. In Parijs hebben we ons georiënteerd op de nieuwe lingeriecollecties met nieuwigheden op kleur- en modellengebied. We hebben gebudgetteerd en hebben zo een selectie gemaakt voor de inkoop, die we vervolgens op de beurs in Antwerpen ongeveer een maand later hebben besteld. We doen dit selectief door te kijken naar onze doelgroep, grotere maten en goede kwaliteit, pasvorm en prijs. Het is je uiteindelijk te doen om je eigen klanten. Vraag en aanbod, daar luister je naar. Waar vraag naar is, dat kan je verkopen. Zeker als je een eigen doelgroep en doelstellingen hebt.

Stysteemveranderingen? Wat zijn dat?

Systemen

Helaas is het in de meeste gevallen zo dat, als wij een bestelling doen bij onze leveranciers, deze met systemen werken. Wij vragen ons als zakenpartner af of dat niet anders kan, maar blijkbaar is dat niet het geval. Ik zal hier een voorbeeld van geven. Als wij een bestelling plaatsen, dan doen we dat in etappes. De ene maand leveren we het één en de andere maand het ander. Om zo ook het financiële gedeelte te kunnen handhaven en het niet uit de hand te laten lopen. Ik neem aan dat dit bij de meeste lingerieverkopers zo gaat.

Het systeem bij de leveranciers gaat er echter vanuit dat een aantal zendingen bij elkaar verstuurd wordt en dan snap je misschien wel wat er vervolgens gebeurt. De valutatdata zijn bijeen genomen en de rekening is twee tot drie keer zo hoog dan jij had verwacht. Dan moet je bellen om regelingen te treffen en uiteindelijk krijg je, als je een klantenbestelling doet, geen bestellingen meer.

Afhankelijk van elkaar

Het zou voor de leveranciers een goede zet zijn om deze systemen aan te passen en mee te gaan met de tijd. We hebben elkaar tenslotte allemaal nodig; wij de leveranciers en de leveranciers ons. Bovendien zijn wij hun klanten. Wij hebben onze eigen klanten weer nodig en die rekenen op hun beurt op ons als speciaalzaak.

Het is niet zo dat leveranciers dit niet begrijpen. Integendeel: ze snappen het maar al te goed. Het is de flexibiliteit van de leveranciers die moeizaam is. Ergens is dit begrijpelijk omdat leveranciers tegenwoordig veel moet inleveren. Dit komt omdat er, sinds het kaf van het koren is gescheiden in de lingeriebranche, zoveel minder lingerie winkels zijn. Aan de overgebleven lingeriezaken is nu de taak om hun overlevingskracht te bewijzen. Ook zij hebben nog last van crisis, maar komen daar echt wel weer uit. Daarvoor hebben ze dan wel leveranciers nodig die flexibiliteit en een helpende hand bieden. Alleen dan gaan we het met zijn allen redden!

Sylvia Stymans

M.G. van Meel lanceert rebranding van Funderwear collectie voor mannen

Op de tweede editie van Bodyfashion Tradefair in Almere lanceerde M.G. van Meel de re-branding van het ondergoedmerk voor mannen: Funderwear. Dit merk is voor de stoere man die van ontdekken houdt. De Funderwear-man is dus adventure-seeking, fun-loving en ziet het leven als een groot avontuur.

Tijdens Bodyfashion Tradefair presenteerde M.G. van Meel de eerste Urban-collectie, die een re-brand is van het merk Funderwear. De spectaculaire foto's voor de nieuwe collectie zijn in een hangar in Zestienhoven gemaakt.



De boxershortsseries

De boxershorts van Funderwear zijn in verschillende lijnen te verkrijgen. In de basic-collectie zijn twee kleuren boxershorts opgenomen: uni zwart en uni sky. De boxers uit de American Dream-collectie zijn beschikbaar in de thema's Eagle Blue en Red en Stars & Stripes Black en Red.

In de Aviator-collectie zijn de boxers 'Aircraft Green en Blue' en 'Cockpit Blue en Red' te vinden. De collectie Night City is verdeeld in de serie Night City Blue en Black en Manhattan Blue en Grey. De boxershorts zijn uitgevoerd met langere pijp en de tailleband is 3,5 cm breed. De stof en stiksels zijn van goede kwaliteit en de pasvorm van de boxers is comfortabel.

Meer informatie:

M.G. van Meel B.V.
Tel. + 31 (0)10 4519977
www.funderwear.nl



Happy Socks werkt samen met Billionaire Boys Club



Nadat Happy Socks eerder al een samenwerking was aangegaan met Snoop Dogg, is het nu de beurt aan Pharell Williams. Happy Socks is namelijk een samenwerking met de mannenkledinglijn 'Billionaire Boys Club' van de zanger van de hit 'Happy' gestart.

Pharell Williams, bekend als frontman van N.E.R.D. en als zanger en producer van monsterhits als 'Blurred Lines', 'Happy' en 'Get Lucky', ging in 2003 al een samenwerking aan met het Japanse mode-icoon Nigo. Hieruit kwamen de twee premium mannencollecties 'Billionaire Boys Club' en 'ICECREAM' voort. Nu is Williams voor die eerste collectie een 'collab' aangegaan met Happy Socks.

Collectie

De collectie unisex sokken van Happy Socks en Billionaire Boys Club bestaat uit sokken, boxers en boxbriefs in drie prints die kenmerkend zijn voor de Billionaire Boys Club: Starfield, Diamond and Dollar en Classic Helmet. De collectie is verkrijgbaar in de maten 36-40 en 41-46.

Meer informatie:

Snizamo B.V.
+31 (0)6 28789493
www.happysocks.com
www.happysocks.com



Maidenform gaat voor nieuwe instore beleving



de ontwikkeling van de nieuwe Maidenform Shapewear labels. Op de verschillende labels is aangegeven welk artikel het gewenste shaping effect heeft. Dit is voor zowel de consument als voor de verkopers van het product eenvoudig terug te vinden.

Verschillende categorieën

De collectie is ingedeeld in vier categorieën: Bottom Solutions, Tummy Solutions, All-Over Solutions en Top Solutions. De nieuwe productlabels van Maidenform laten zien in welke categorie de artikelen horen en wat ze voor je doen. De artikeleigenschappen zijn helder en gemakkelijk te begrijpen en met behulp van een icoon wordt duidelijk of je met een Tummy Solution artikel of bijvoorbeeld met een Top Solution artikel te maken hebt.

Het onderscheid tussen de artikelen is door de verschillende kleuren labels makkelijker te maken. De labels geven een prettige en moderne look & feel aan de diverse artikelen binnen de Shapewear. Sinds 1 augustus kan de winkelier nieuwe labels op de artikelen aantreffen.

Meer informatie:

Maidenform Benelux
Tel. +31 (0)6 10557037 of + 31(0)800 0229972
Marcel.holierhoek@hanes.com
www.maidenform.com

Maidenform gaat dit najaar over naar een hele nieuwe instore beleving. In alle categorieën zal het merk nieuwe labels gebruiken. Deze dragen in grote mate bij aan een andere uitstraling van de artikelen in de winkel. Het doel van deze nieuwe labels is een herpositionering en upgrade van de merkbeleving. Maidenform wil de look & feel van haar producten naar een hoger niveau tillen.

De nieuwe labelling van de bh's in de snelgroeiende categorie Maidenform Foundations zal in het oog springen. De labels hebben een prettig ogende, luxe en moderne uitstraling en zijn afgestemd op wat de Europese markt aanspreekt. Eén van de grote veranderingen is de manier waarop de informatie op de labels tot uiting komt.

Onderzoek onder consumenten

Uit marktonderzoek dat Hanes Brands, moederbedrijf van Maidenform, heeft uitgevoerd, is gebleken dat de consument niet teveel productinformatie op een label wil zien staan. Daar heeft Maidenform rekening mee gehouden. De productinformatie op de nieuwe labels is helder, duidelijk en consistent door het gebruik van icoontjes. Deze labels zijn ontwikkeld met een focus op wat de consument belangrijk vindt en waardeert.

Maidenform Shapewear

De shapewear markt is ook onderzocht door Hanes Brands. Uit onderzoek bleek dat de consument die shapewear aanschaft vooral op zoek is naar een oplossing. Bijvoorbeeld naar een product dat een platte buik geeft of naar een product dat een all-over afkledend effect heeft. De uitkomsten uit het onderzoek zijn gebruikt bij



Golf van sensualiteit in lente/ zomercollectie 2016 van Parah

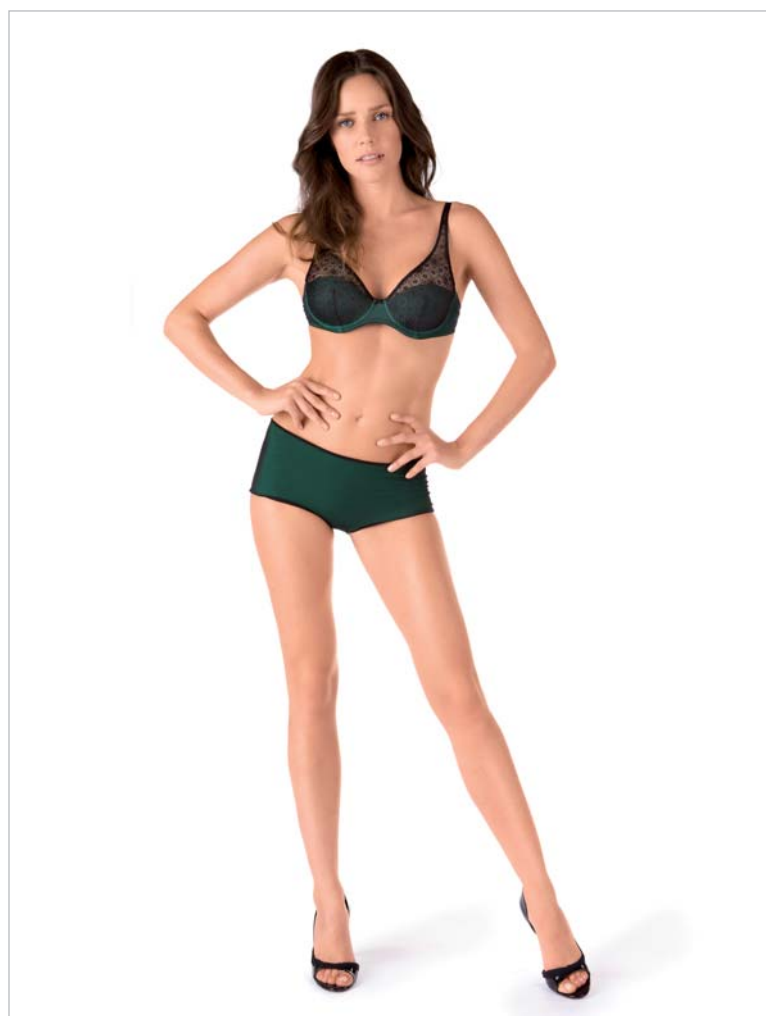
De lente/zomercollectie van 2016 van Parah staat voor sensualiteit en vrouwelijkheid. Een collectie die de schoonheid van het vrouwelijk lichaam en al haar vormen omarmt. De nieuwe collectie van Parah is het toonbeeld van verleiding. Kant, doorschijnende stoffen, mooie details en afwerkingen kenmerken deze lijn. De collectie is geïnspireerd op de link met drie werelden: de natuur, de technologie en de persoonlijkheid. Deze drie thema's waren de leidraad voor de nieuwe lijnen van het Italiaanse merk.

In Wild Explosion is de connectie met natuur duidelijk terug te vinden. Thema's zoals de wildernis en het bos komen terug in de lingerie. In de verschillende series zijn sterke en felle kleuren gebruikt met fluorescerende details.

Tech Life is gericht op de toekomst en de nieuwe technologieën, met veel zilver metaal en grafische effecten. De Inner Implosion is verdeeld in thema's als 'Angel', 'Sea Star' en 'Macramè'. De kleuren maken de drie werelden onderscheidend. De verdeling tussen de thema's verwijst naar de moderne vrouw die niet zomaar een trend volgt, maar verschillende gemoedstoestanden heeft en haar lingerie daarop wil aanpassen.

Meer informatie:

Parah S.p.A.
Tel. +39 (0)331 704200
www.parah.com



De body is **Pretty Wild's** luxe item in herfst/wintercollectie 2015



Binnen de collecties van Pretty Wild Lingerie is de body hét luxe item. De collectiestukken zijn kunstwerken op zich en zijn ontworpen door designer Firouze Akhbari. De body is in vier nieuwe stijlen te vinden in de herfst/wintercollectie 2015.

De bodies hebben een mooi patchworkeffect door het gebruik van fijn Grieks, Frans en Italiaans kant. De combinatie met gecompliceerde patronen maken de bodies echte blikvangers. Iedere collectie wordt met de hand gemaakt in Europa. Het merk Pretty Wild Lingerie staat voor kwaliteit, vrouwelijkheid en elegantie.

De ontwerpen

Ontwerper Firouze Akhbari heeft een passie voor het ontwerpen van luxe bodywear. Ze vindt details in de designs belangrijk. De inspiratie voor haar ontwerpen haalt ze uit haar reizen over de wereld. Tijdens haar reizen in verschillende landen heeft ze veel stoffen ontdekt en dat vormt een inspiratiebron voor haar ontwerpen voor Pretty Wild.

Luxe stoffen

De luxe items zijn veelal van zwart kant en leer gemaakt. Eén van de bodies is afgewerkt met veren en één item is vervaardigd uit kant in de kleur zalmroze-beige.

Meer informatie:

Pretty Wild Lingerie, Tel. +31 (0)33 4673455 of +31 (0)6 46355259
info@prettywild.nl, www.prettywildlingerie.nl

Hans Boodt Mannequins lanceert nieuwe **Blend**-collectie wereldwijd

De nieuwste collectie van Hans Boodt mannequins is de Blend-collectie. Deze serie is vanaf 3 september wereldwijd te verkrijgen. In de steden New York, Parijs, Milaan, Tokio, Melbourne, Mexico-stad, Kaapstad, Sao Paulo, Bogotá en in Nederland in Rotterdam zijn de mannequins van Blend te vinden.



De Blend-karakters weerspiegelen de hedendaagse wereldreizigers die de wereld als hun speelveld zien, vol mogelijkheden en avonturen. Van casual denim tot aan city hopping outfits; deze mannequins zijn voor elke outfit bruikbaar.

Blend-thema in de stad

Karakters creëren, daar staat Hans Boodt voor. Het Blend-thema staat voor het hedendaagse leven in de stad, waarin mensen zich voortdurend moeten aanpassen. De mannequins van Hans Boodt representeren de diverse looks die iemand in het drukke en hectische leven in de stad kan hebben.

Blend-collectie met keuzes

De Hans Boodt Blend-collectie is verdeeld in twee soorten hoofden. De abstracte hoofden zonder gelaatstrekken en de semi-abstracte hoofden, met gelaatstrekken. Hans Boodt ziet mogelijkheden in de markt die constant verandert en daarom kan dit merk de collectie in alle soorten materialen en hoofdopties leveren.



Mannen en vrouwen

In de collectie van Blend zijn zowel diverse mannelijke mannequins als vrouwelijke mannequins opgenomen. De vrouwelijke mannequins hebben een 'laissez-faire'-houding en de mannelijke een 'je ne sais quoi'-attitude.

De artikelen die standaard beschikbaar zijn, zijn de high gloss RAL9002 mannequins, maar de modellen kunnen ook in andere kleuren worden besteld. De posities van de mannequins zijn hetzelfde bij zowel de semi-abstracte als abstracte hoofden.



Meer informatie:
Hans Boodt Mannequins
Tel. +31 (0)78 6231100
www.hansboodtmannequins.com



LINGERIE

NEW COLLECTION NOW AVAILABLE

Leg Avenue™

Nieuwe collectie lente/zomer 2016 LingaDore is fris en luxe

De nieuwe stijl van LingaDore is luxe, fris en zomers. In de lente/zomercollectie 2016 is deze stijl terug te vinden. De invloeden waarop de collecties geïnspireerd zijn, zijn Indian, gypsy en bohemian. Dit resulteert in een zachte, romantische en fashionable LingaDore-collectie in 2016. De items uit de LingaDore-series zijn goed te combineren met de jurkjes uit de LingaDore Nightcollectie en de stijl van de Uni-Fit T-shirtbeha is terug te vinden in alle vier de series van dit merk.

Zo is de Uni-Fit balconette-beha het nieuwste model binnen de Uni-Fitserie. De cups van deze Uni-Fit balconette-beha bevatten elasticiteit aan de bovenkant van de cup en hierdoor past deze zich gemakkelijk aan aan de borst. Deze balconette-beha is ook te dragen als haltertop. De beha is terug te vinden in de series Joya, Kenza en Sari.

Zomerse Zinzi-serie

Eén van de series in de lente/zomercollectie 2016 van LingaDore is de Zinzi-serie. De kleur 'flamingo' past goed bij de 'purple embroidery' en dit geeft een zomers gevoel. De dubbele schouderbandjes geven een speels effect. De paarse embroidery komt terug op de achterkant van elk broekje en de achterkant van de string is in het geheel transparant met paarse embroidery-accenten.

De zachtgroene Joya-serie

In deze frisse zachtgroene serie zit onder andere een gel-beha en de Uni-Fit beha. De gel-beha bevat luxe embroidery en tussen de cups is een prachtig detail te vinden. Dit detail is ook terug te vinden op alle broekjes uit de Joya-serie. De broekjes passen bij de beha's doordat er is gekozen om transparante mesh-gedeeltes met een bloemenpatroon toe te voegen. De Joya-serie is een zachte en spannende serie hierdoor. Bij deze serie hoort ook de beugelbeha voor grotere maten en de Uni-Fit balconette-beha.

Ivoorkleurige Kenza-serie

De Kenza-serie is een ivoorkleurige serie die ook erg geschikt is voor aankomende bruiden. De LingaDore bruidsstijl heeft blinkende details doordat er zilveren lurex-draad in het borduurwerk verwerkt zit. De Kenza-serie is sterk door de diversiteit in modellen. In het assortiment zit onder meer een gel-beha, de nieuwe Uni-Fit balconette-beha, de Uni-Fit beha, slip, hipster, Brazilian shorty, string en een gordeltje.



De Zinzi-serie is flamingo-kleurig en is afgewerkt met paarse embroidery-accenten



De speelse Sari-serie is perzikkleurig en de dubbele behabandjes zorgen voor een extra touch



De beha uit de Kenza-serie is ivoorkleurig en is in diverse modellen te verkrijgen

De speelse Sari-serie

De afsluiter van deze nieuwe collectie van LingaDore is de Sari-serie. Deze serie is zacht perzikkleurig en heeft speelse embroidery. De beha's hebben dubbele schouderbandjes en de serie is in acht verschillende stijlen te verkrijgen.

De maten

Deze series zijn in diverse maten te krijgen. De maatvoering is zeer breed: van A tot en met F en van 70 tot en met 90. De grote maten beha's zijn tot G-cup te verkrijgen en van XS tot XXL.

Meer informatie:
Mendels Fashion Group

Tel. +31 (0)315 653202
www.LingaDore.com

Bodyfashion Tradefair trekt nieuwe merken en zorgt voor combinatie met gevestigde namen

De tweede editie van Bodyfashion Tradefair op haar nieuwe locatie in het Cube Centre in Almere, was deze zomer een feit. Van zondag 9 tot en met dinsdag 11 augustus waren er meer dan tweehonderd merken te zien op de vakbeurs voor lingerie, badmode, homewear, nachtmode, shapewear, prothose lingerie, sportlingerie, hosiery en accessoires. In het souterrain en op de tweede en vierde verdieping van het Cube Centre kon de bodyfashionbranche de beurs volop meemaken.



Bart de Vries, Liberation of Amsterdam



De lingerie van LingaDore bij Mendels Fashion Group BV



Swimwear voor mannen bij Shiwi bij de Bodyfashion Tradefair



Eén van de sportbh's uit het assortiment van Anita Nederland BV



Groupe Chantelle's showroom



▲ Maidenform & DKNY hebben een vaste showroom in het Cube Centre, op de vierde verdieping

"We hebben de speciaalzaken mogen verwelkomen tijdens de Bodyfashion Tradefair en zijn bijzonder verheugd over de goede verkoopmaanden juli en augustus die menig detaillist heeft gehad", vertelt Helen Ypma van Vereniging



Modellen in de vaste showroom van Sapph Distribution BV

Bodyfashion Nederland. "Het aantal bezoekers was minder dan bij voorgaande edities, maar de sfeer was uitstekend en de klanten waren positief. De beurs is nog steeds heel belangrijk, maar de dagen ervoor en erna zijn minstens zo



▲ Vrouwelijk en comfortabel, daar gaat Wolford Nederland voor met dit hemdje



Swimwear van Tweka bij L. ten Cate BV



▲ Het Cube Centre bestaat uit vier verdiepingen en een souterrain. Twee keer per jaar vindt hier de Bodyfashion Tradefair plaats en er zijn vaste showrooms die iedere maandag open zijn.



Daniel Meijer volgt zijn vader op als directeur bij Anita Nederland BV

gericht op de échte man: een man met ballen. Voor één van de oprichters van Bolas, Everon Jackson Hooi (ook bekend uit GTST), was een eigen boxerlijn altijd al een droom. De boxers die de vier mannen in hun assortiment hebben, zijn in twaalf verschillende kleuren en designs verkrijgbaar en zijn er zowel in shorts als in briefs.

Gevestigde namen

Naast een aantal nieuwkomers is er op de Bodyfashion Tradefair ook genoeg ruimte voor de gevestigde merken. Wolford is bijvoorbeeld op de beurs te vinden met de nieuwe Shape & Control-lijn. Deze panty's zijn voor vijftig procent van Lycra gemaakt en zijn duurzaam, stevig en rekken mee. Op de beurs heeft Anita Nederland ook een stand. De nieuwe directeur van het bedrijf Daniel Meijer, heeft de taken van zijn vader grotendeels overgenomen. Desondanks is vader Johan Meijer nog gewoon in de vaste showroom te vinden, om een handje mee te helpen.

belangrijk. Dan komen de winkeliers naar de showrooms en gaan vertegenwoordigers de winkels in", aldus Helen Ypma.

Op de beurs was er aandacht voor opkomende, nieuwe merken zoals A-dam Underwear en Bolas. A-dam Underwear is een boxermerk dat zich richt op mannen met karakter. "Alle boxershorts hebben oer-Hollandse namen en we doen onze fotoshoots in Amsterdam. Dat past allemaal bij het merk", vertelt Karel Schreuders van Brandfusion, de distributeur van A-dam Underwear in de Benelux. De boxershorts zijn gemaakt van biologisch katoen en het hele proces van het maken tot het verpakken is ook organisch.

Nieuwkomers

Bolas stond dit jaar voor het eerst op de Bodyfashion Tradefair. Ook dit merk is



▲ Ricardo Lievense, Es van Schijndel Sales BV

Bodyfashion Tradefair maakt het voor klanten gemakkelijk om de vaste showrooms te combineren met de beurs in The Cube. Wanneer de volgende editie precies plaatsvindt, wordt later bekend. "We gaan ons beraden over het tijdstip van de beurs samen met de inkopers, speciaalzaken en deelnemers", zegt Helen Ypma. "We zijn in ieder geval de klanten die de Tradefair een bezoek hebben gebracht, heel dankbaar."

Meer informatie:

Bodyfashion Center
Tel. +31 (0)85 9022620
www.bodyfashioncenter.com



Yannick Crève, salesmanager Benelux van Amoena

Nieuwe creative director **Wolford** presenteert zomercollectie 2016

Wolford presenteert de nieuwe collectie lente/zomer voor 2016, die voor het eerst is ontworpen door de nieuwe creative director van Wolford, Grit Seymour. Het beeld van de veelzijdige vrouw vol zelfvertrouwen is de inspiratiebron voor de nieuwe creaties van Seymour. De collectie is gebaseerd op drie thema's: Shine, Move en Layer. Deze thema's laten vrouwelijkheid zien in hedendaagse designs. Het typische Wolford-comfort komt in alle producten terug. Puur, modern en luxueus, daar staat deze collectie van Wolford voor.

De nieuwe zomercollectie is innovatief en verfijnd. Een mooi design in combinatie met perfecte comfort voor elke gelegenheid. Voor deze collectie zijn luxueuze stoffen gebruikt.

Innovatieve Cotton Contour-lijn

De nieuwe Cotton Contourlijn is een innovatieve lingerserie van het meest fijne katoen. Dit materiaal is speciaal voor Wolford ontwikkeld en zorgt voor een perfect gevormd silhouet. Het stretchaandeel en de gelijkde naden verhogen het draagcomfort nog meer. De lingerie kan de hele dag worden gedragen, zowel bij een yoga workout als onder avondkleding.

Sheer Touch-serie

Deze klassiek puristische serie wordt in de zomer van 2016 uitgebreid met drie glanzende luxe essentials: twee beha's met dunne zachte schouderbandjes en een mini-string.

Legwear: Pure 10 Tights

Ook aan de legwear-collectie van Wolford is een nieuwe serie toegevoegd: Pure 10 Tights. De panty die hierbinnen valt, is flinterdun en zeer transparant. Deze lichtheid zorgt voor een nieuw dimensie op het gebied van draagcomfort



▲ Filigra Lace vormende jurk in dark orchid

◀ De Netsation Skin-beha en het Netsation-broekje in het wit en één van de panty's uit de Pure 10 Tights-collectie



en dankzij de gelijkde naden van het broekje is het broekje onzichtbaar onder nauwsluitende kleding.

Perfekte zomerse begeleiders zijn de transparante Nude 8 Tights, Nude 8 Knee Highs en Nude 8 Socks. Deze modellen zijn als make-up voor de benen door de verschillende huidtinten die beschikbaar zijn. De panty's zorgen voor een glad en gelijkmatig uiterlijk van de benen. Er zijn zes nude-nuances en klassiek zwart beschikbaar.

Ready-to-wear

Voor de koude zomeravonden is de nieuwe Fine Merino Pullover van fijne en zachte Merino-wol in lichte zomerkwaliteit erg geschikt. Ook het naadloos gefabriceerde Honolulu Shirt van zachte en soepele viscose-mix is nieuw in de collectie. Het shirt heeft een bijzonder vrouwelijk effect door het lage decolleté en de korte mouwen.

Shape & Control

Drie nieuwe trendlijnen met een vormend effect biedt Wolford in de Filigra Lace Netsation en Leafage. De Filigra Lace-serie omvat een middelsterk vormende bandaubody en een middelsterk vormende onderjurk. Beide modellen combineren transparante inzetstukken van Frans geweven kant met lichtedel sheer touch-materiaal. De Netsation-modellen hebben een futuristische uitstraling. De Leafage-modellen hebben rechtlijnige, eenvoudige snitten die een contrast vormen met het elegante vrouwelijke dessin van bladeren die met de hand op het zachte tule zijn geborduurd.

Meer informatie:
Wolford Nederland B.V.
Tel. +31 (0)20 6641840
www.wolford.com

Selmark komt met vier diverse lingeriecollecties lente/zomer 2016

Selmark heeft voor de lente/zomer van 2016 vier nieuwe lingeriecollecties. De collecties zijn erg divers, waardoor er voor iedereen en voor elk moment een geschikt product is. De lijnen zijn onder te verdelen in: de exclusieve collectie Athina, de basiscollectie Bella, de essential-collectie Gilda en de sophisticated-collectie Olivia.

De basiscollectie Bella verschijnt tijdens het veertigjarige jubileum van Selmark. Het merk heeft een basis ontwikkeld in de afgelopen jaren en deze collectie sluit daarop aan. Het design van de collectie is een eerbetoon aan de iconische modellen van Selmark en de artikelen zijn technisch en esthetisch vernieuwd.

Lingerie voor iedere dag

De basiscollectie is geschikt voor iedere dag en de artikelen zijn in de shaping-comfort trend gemaakt. Comfort en een goede pasvorm, gecombineerd met een mooie uitstraling. De lijn is te verkrijgen in de kleuren ivoor, huidskleur, kobaltblauw en zwart. Het materiaal heeft een glimmende gloss over zich.

Exclusieve collectie

De Athina-collectie kenmerkt zich door de kleurcombinaties in diverse tinten. Deze collectie heeft een bijzondere uitstraling door het gebruik van kant en verschillende kleuren. De combinaties ivoor en zalmkleur, smaragd en blauw en koraal en zalmkleur komen voor in deze lijn. De afwerkingen van deze collectie zijn bijzonder, zo zijn er bijvoorbeeld pareltjes verwerkt in de beha's.

Romantisch en jong

De Essential-collectie Gilda heeft een romantische en jonge uitstraling, die zowel basic als verfijnd is. Transparant kant met een bloemenpatroon zorgt voor een mooi detail in deze collectie. Deze collectie is zowel geschikt voor het dage-

*De Essential-collectie
Gilda heeft een romantische
look door de kanten details*



Dromerig en verfijnd, dat is de lingerie uit de Olivia-serie. De collectie is ook geschikt voor bruiden ►

lijkse gebruik als voor meer speciale gelegenheden. Ook voor bruiden is deze lingerie zeer aantrekkelijk, met mooie zachte cups en fijne uitgewerkte dessins. De bandjes geven een perfecte steun doordat deze voor veertig procent elastisch zijn.

De verfijnde collectie Olivia

Geïnspireerd op een dromerige, verfijnde en zeer vrouwelijke vrouw, neemt de Olivia-collectie je mee naar een wereld vol romantiek. De semi-transparante kanten details in combinatie met de retro-look zorgen hiervoor. De collectie is te verkrijgen in ivoor, zwart en de seizoenkleuren: groen, kersenrood en roze.



In de Athina-collectie is veel kant gebruikt. Zo ook in dit setje van koraal en zalmkleur



De lingerie uit de basiscollectie Bella heeft een glanzende gloss over zich heen

Deze lijn heeft ook bijpassende panty's in kant. De panty's zijn vijftien denier en hebben een onzichtbare voet. Voor bruiden is deze collectie dan ook erg geschikt.

Meer informatie:

Nederland:

Scholten Mode Agenturen, Tel. +31 (0)6 22989860, info@scholten-tc.com

Agent Oost- en West-Vlaanderen en Vlaams Brabant

Vera de Beule, Tel. +32 (0)476 759558, vera@selmark.es

Agent Antwerpen – Limburg

Muriel Herbst – Amusa, Tel. +32 (0)473 927601, muriel@selmark.es



Eigenaars Marion Barrère-Kennis en Stéphane Barrère voor de etalage van hun Förster-winkel

“Als jong meisje hielp ik vroeger in de vakanties al in de winkel mee. Mijn vader was toen de eigenaar van Förster, want hij had het pand gekocht van meneer Förster zelf, de oprichter,” begint Marion. “Maar ik had niet per se de ambitie toen om de winkel over te nemen. Nadat ik de hotelschool had afgerond, ben ik eerst stage gaan lopen in Parijs en daar kwam ik Stéphane tegen, hij woonde daar. Hij had ook aan de hotelschool gestudeerd, maar dan in Frankrijk.”

De wereld ontdekken

De twee jonge geliefden besloten daarna samen de wereld over te reizen en in hotels en resorts te gaan werken. “We hebben echt veel gezien en allerlei soorten banen gehad”, lacht Stéphane. “Van St. Maarten tot aan Turkije tot aan Guadeloupe en van receptionist tot aan administratief medewerker, we hebben

“Ondernemen zit in onze genen. We komen allebei uit een ondernemersfamilie, dus het is ons met de paplepel ingegoten”, vertelt Stéphane Barrère, één van de eigenaars van Förster Linnen en Lingerie in Nijmegen. De specialzaak voor lingerie en linnen bestaat inmiddels 82 jaar en is sinds vijftien jaar in handen van Stéphane Barrère en zijn vrouw Marion Barrère-Kennis. Het echtpaar vertelt in *Second Skin* over hun zaak en de geschiedenis ervan.

het allemaal gezien en gedaan.” Na zeven jaar reizen had het duo behoefte aan wat meer rust, hadden ze een beetje heimwee en kwamen ze terug naar Nederland. “Toen klopten we bij mijn vader aan om te vragen of we tijdelijk bij hem in mochten wonen. Mijn vader had net besloten de winkel te verkopen. Een paar jaar later nam de heer Engering, die al twaalf linnenwinkels in het westen van het land had, de winkel met nog drie andere Förster-winkels in Nederland over”, aldus Marion.

De winkel terug in de familie

Marion ging voor de Förster-Engering Groep werken, zoals de zestien linnen- en lingeriezaken samen toen werden genoemd. Zij deed de inkoop van de lingerie en de heer Engering de inkoop van het linnen. Tot hij 65 werd en alle

“Förster heeft lingerie merken voor alle generaties, dat is onze kracht”

zaken verkocht aan Intres (nu Euretco). “Dat was het moment dat wij de zaak in Nijmegen terug hebben gekocht en dat vond mijn vader natuurlijk leuk”, vertelt Marion. “Het is nu al vijftien jaar geleden dat we met knikkende knieën de sleutel omdraaiden en Förster helemaal van ons was”, vertelt Stéphane.



Sindsdien heeft het echtpaar het pand twee keer verbouwd. “We hebben bijvoorbeeld alle vakken opnieuw ingedeeld, de voorgevel hebben we veranderd en de verlichting is ook belangrijk om te vernieuwen. We willen onszelf ervoor behoeden dat het hier oubollig wordt, dus we staan ook open voor veranderingen en gaan met de tijd mee. Dat geldt ook voor de collectie, want nu hebben we dit najaar weer een nieuw merk: Millesia, een wat mooier luxer merk. Daar zijn we ook altijd mee bezig, met vernieuwingen in de collecties”, aldus Stéphane.

Mini-warenhuis

Het overgrote deel van Förster-klienten zit qua leeftijd tussen de 25 en 55 jaar en dit zijn voornamelijk vrouwen. De collectie van Förster is afgestemd op zowel lingerie als op badmode en ondergoed en de bad-



jassen beslaan ook een groot deel van het assortiment. “Klanten noemen dit vaak een mini-warenhuis, dan lopen ze rustig door de winkel heen om te zien wat er allemaal te koop is. Dat kan hier ook, want we hebben een breed assortiment en meerdere personeelsleden die in de winkel staan, dus je kunt ook altijd wat vragen.”

Ruim assortiment

Vaak is het zo dat de meisjes hun eerste bh hier kopen, dan komen ze tien jaar niet en daarna hebben ze wat meer te besteden en komen ze weer terug”, vertelt Marion. “Alle generaties komen hier: van oma tot aan kleindochter en er komen ook studenten, die vroeger in Nijmegen studeerden, speciaal terug naar ons omdat ze de lingerie zo goed vinden.”

“De kracht van onze winkel is denk ik dat we jonge merken hebben, maar ook wat meer degelijke lingerie verkopen. De setjes hangen overzichtelijk in de winkel en we hebben een breed assortiment. Daarnaast hebben we veel personeel en leveren we goede kwaliteit en service. Voorlichting is erg belangrijk bij lingerie; dat moet gewoon goed zitten. De merken PrimaDonna en Marie-

“We doen al vijftien jaar samen de inkopen, dus we weten zonder elkaar aan te kijken of een lijn werkt of niet”

Jo lopen het beste in onze winkel”, aldus Marion.

Inkopen doen

Beide ondernemers zijn goed op de hoogte van welke merken en producten er in hun winkel hangen, want ze gaan ook samen op pad om inkopen te doen voor Förster. “We gaan nu al vijftien jaar lang samen de beurzen af en op afspraak om inkopen te doen. De beslissingen

over de nieuwe artikelen nemen we altijd samen, dat is een gebalanceerde beslissing. We weten zonder elkaar aan te kijken al van elkaar of we een setje wel of niet gaan nemen”, vertelt Stéphane.

Ieder seizoen kijken we weer kritisch naar onze merken in de winkel en kijken we hoe bepaalde series lopen en als het nodig is, dan gaan we vernieuwen”, zegt Marion. “Er moet een frisse wind blijven blazen door de winkel, dat houdt ons scherp.”

Meer informatie: Förster Linnen en Lingerie
Tel. +31 (0)24 3237680, www.forsternijmegen.nl



Bestaat sinds:	1933
Oppervlakte:	500 m2 (waarvan de helft lingerie)
Aantal medewerkers:	15
Aantal paskamers:	4
Lingeriemerken:	Onder andere: Esprit, Lovable, Prima Donna, Marie-Jo, Chantelle, Passionata, Mey, Felina, Triumph
Nachtmodemerken:	Onder andere: Ringella, Nanso, Pastunette, Schiesser, Cyell, Pill, Mey
Badmodemerken:	Sunflair, Beachlife, Opera, Tweka, WOW, Gottex, Esprit, Cyell, Seafolly, HOM, Tommy Hilfiger
Herenondermode merken:	Ten Cate, Sloggi, Mey, Calida, Muchachomalo, Schiesser
Specialisatie:	Lingerie, badmode, nachtmode, ondermode dames en heren, badjassen, ondermode kinderen



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.

Echte vriendschap heb je vaak met maar met enkele personen. Zeker de door dik en dun relaties waarop je echt kan bouwen en die je letterlijk midden in de nacht kan wakker bellen als je problemen hebt. Ongeacht wat sommige lieden ook beweren op Facebook met de meer dan duizend 'Facebookvrienden' die ze hebben en iedere week een andere geweldige feest met heel veel hippe vrienden. Ze zijn vaak maar op één hand te tellen, de vrienden die er echt toe doen in je leven.

Vriendschap

Nou besteed ik net als de meesten van jullie, mijn tijd voornamelijk op de zaak. Dus de collega's waar ik mee werk, spreek ik vaker dan mijn eigen man. Je hoeft niet altijd vrienden te zijn met de mensen waar je mee werkt hoor, maar het is wel fijn als het prettige luitjes zijn. Zo ook met de vertegenwoordigers, agenten en leveranciers en zelfs met medewinkeliers. En natuurlijk is er hier en daar een hele irritante bij, daar heb ik me al genoeg over uitgelaten in deze column maar voor het overgrote gedeelte zijn het ook 'fijne luitjes'.

Door de jaren heen leer je veel mensen beter kennen, je ontmoet veel nieuwe mensen, we worden allemaal ouder en groeien met elkaar mee. In al die jaren ontstaan misschien geen vriendschappen zoals je die privé zou benoemen. Het is ten slotte ook een business dus we moeten gewoon allemaal ook geld verdienen. Dat staat voorop!

Maar dit zijn wel de mensen die je regelmatig spreekt. En waarmee je ook privé zaken bespreekt, dat is onvermijdelijk. Dan zijn er soms vreselijke ziektes waar je mee te maken krijgt, relaties die opbloeien en soms op vreselijke wijze weer over gaan, kindertjes die geboren worden, bedrijven waar het financieel niet goed mee gaat en zo verder. En dat deel je met elkaar. Ik realiseer me nu, haast 22 jaar verder, dat in al die jaren dat ik 'in het vak zit', ik heel erg meeleeft met iedereen en 's avonds nog wel eens met weemoed namijmer over alle bijzondere en emotionele verhalen die jullie met mij delen en die ik met jullie deel.

Kortom, ik ben jullie in mijn hart ben gaan sluiten. En dat is ook een vorm van vriendschap.

Ja, ja het zal het ouder worden zijn dat me wellicht wat nostalgisch en emotioneel zal stemmen maar toch...

In de volgende column slijp ik ongetwijfeld weer de messen maar dit moest me even van het hart. Ik wil jullie allemaal bedanken en goede zaken toewensen voor het aanstaande winterseizoen!

Rafke van der Sleen - Van der Linde



MAIDENFORM®

LOVE
your
FORM



Style 2038 Comfort Devotion
Wear Your Own Bra Body & 9402
Comfort Devotion T-Shirt Bra



SP

SIMONE
PÉRÈLE
PARIS