VOGUE

NL

JUNI 2026
vogue.nl

RESET& REFRESH

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme sinds 1906

Amsterdam – P.C. Hooftstraat
vancleefarpels.com

Perlée
Armbanden en ring

PATEK PHILIPPE

GENEVE

BEGIN YOUR OWN TRADITION

TWENTY~4 REF. 4910/1201R

PATEK.COM

86

JUNI 2026

IN VOGUE

18 VOGUE DIARY'S
Onze editors zijn prêt-à-plons

34 I LIKE TO MOVE IT, MOVE IT
Duik deze zomer in je athletic era

44 LET'S TALK COUTURE
Spring/Summer 26: haute couture op haar spraakmakendst

86 COOL FOR THE SUMMER
Zonnestralen vangen in de lichtste tops, shirts en jurken

116 SERVE A LIL' SASS
Feeling fab & free in stukken die je doen shinen

138

86

RESET & REFRESH

138 JE LICHAAM IS EEN TEMPEL, TOCH?
De wellnesswereld ontleed

152 VOGUE WELLNESS MONTH
Reset & refresh je body en mind op vogue.nl

IINTERVIEWS & FEATURES

30 MODERN LOVE
Sleeping Apart Together

56 DESIGNER ELZA WANDLER
'Een tassenlabel runnen is topsport'

66 VOGUE FRONTROW
Balance act in Seoul

70 HARRY STYLES
Ontsnapt aan de boyband-vloek

136 ZOË LOVE SMITH
'Acteren, zingen: als ik me maar kan uiten'

BEAUTY

154 JUST ONE THING
De zon achterna

156 ADD TO CART
Alles doe ik voor je

162 BACKSTAGE
Schaakmat

VOGUE TRAVELLER

164 TRAVEL NOTEBOOKS
Wiltshire, Keulen & Oslo

ABONNEREN

28 FEELGOODAANBIEDING
10x Vogue + Authentic Beauty Concept-set voor € 69

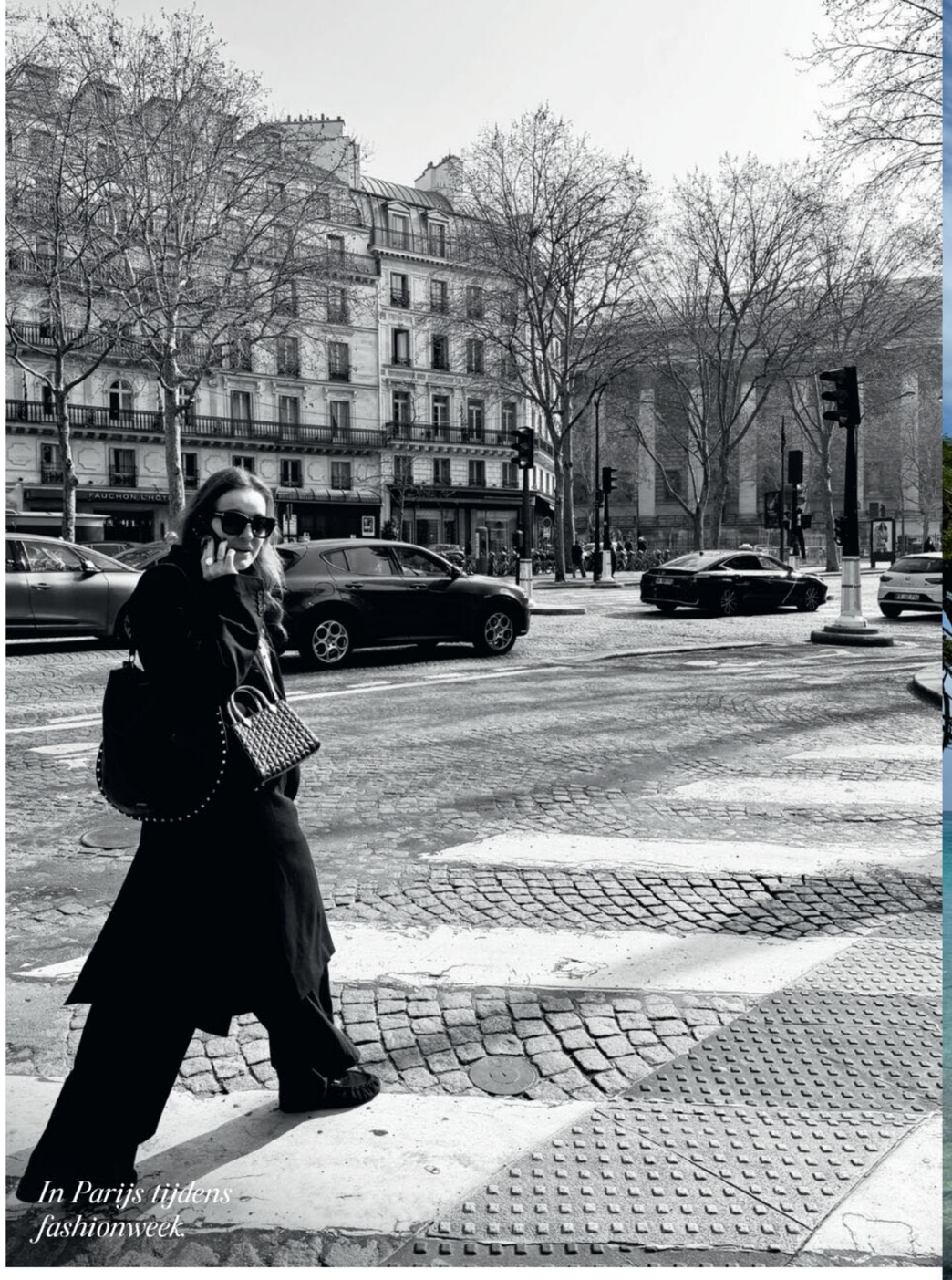
42 SUPERDEAL
10x Vogue voor maar € 64,90

ELKE MAAND

10 EDITOR'S LETTER
12 COLOFON
16 CONTRIBUTORS

COVER
fotografie Kate Bellm *styling* Linda Gümüs Gerritsen *haar en make-up* Danine Zwets *productie* Leah Zonneveld *model* Paula Soares / Women New York *badpak* Zimmermann

WORLD OF WELLNESS



In Parijs tijdens fashionweek.

Ik ben opgegroeid met het idee dat goed voor jezelf zorgen vanzelfsprekend is. Bewegen, sporten en, zodra ik oud genoeg was, met mijn moeder mee naar de sauna en de schoonheidsspecialist. Zij ging eens in de twee weken met vriendinnen; ik sloot een paar keer per jaar aan. Tijd voor jezelf nemen, aandacht geven aan je lichaam – het was nooit een luxe, maar een natuurlijk onderdeel van het leven.

Bij vriendinnen zag ik diezelfde opvoeding terug. Al snel werden wellnessdagen ons vaste ritueel. Inmiddels zijn we daarin meegegroeid met de tijd. Van massale spa's waar de sfeer helaas niet altijd even prettig was omdat mannen hun jongeheer wilden laten zien of hun opmerkingen niet voor zich konden houden, naar plekken met meer privacy. Privésauna's aan het strand, waar je na de hitte zo de koude Noordzee in loopt. Of nog verder weg: in de fjorden van Noorwegen. Wellness is allang geen niche meer; het is een wereld op zich geworden. In dit issue bespreken we hoe het zich heeft ontwikkeld naar een universum van apps, *wearables* en esthetisch ontworpen ruimtes die ons, paradoxaal genoeg, weer terug moeten brengen naar de essentie.

Onlangs was ik in Seoul, misschien wel het epicentrum van moderne beauty en wellness. Ik raakte gefascineerd door de eindeloze keuze aan behandelingen en de hoeveelheid huid- en haarklinieken verspreid door de stad. Bij Olive Young stapte ik naar binnen met een zorgvuldig samengestelde lijst, om er een halfuur later weer uit te lopen met een tas vol producten waarvan ik niet wist dat ik ze nodig had, maar waar ik inmiddels niet meer zonder wil. Mijn dagelijkse ritueel is uitgebreid: extra serums, een finishing cream voor die felbegeerde *glass skin*. Want wie goed voor zichzelf zorgt, voelt zich beter en straalt dat ook uit. Een natuurlijke glow, misschien zelfs een vorm van moeiteloze *sexiness*.

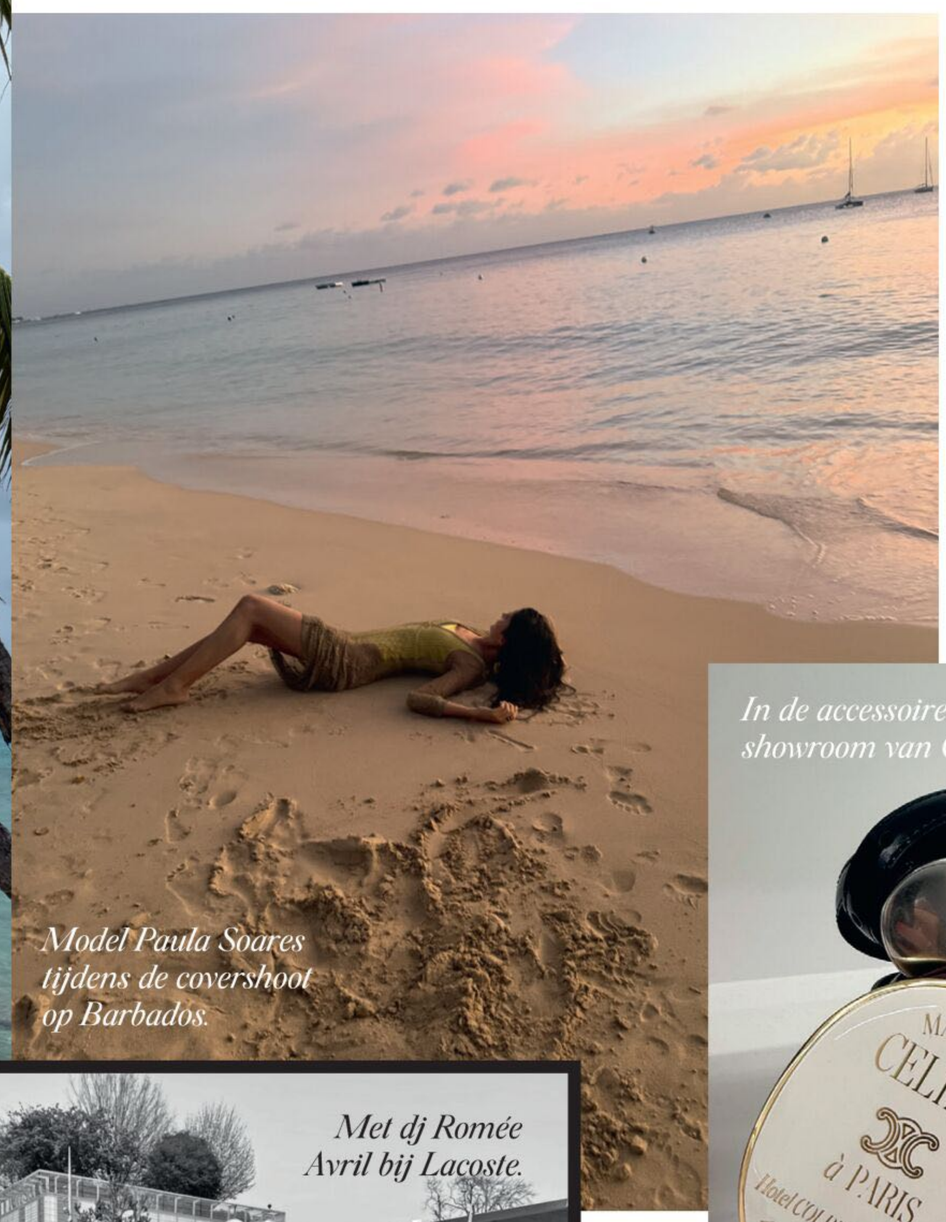
Precies dat wilden we vangen met de grote coverserie van deze *Vogue*. En als iemand dat kan, is het fotograaf Kate Bellm. Met haar reisden we naar Barbados, het Caribische eiland dat bijna onwerkelijk mooi is. Lichtblauwe zee, witte stranden, kleurrijke vissershutjes naast statige villa's. *The summer vibe was real*, en Kate en model Paula Soares omarmden de laidback cultuur van het eiland. Hetzelfde gold trouwens voor *Team Vogue*: elke ochtend, nog voordat de dag begon, doken producer Leah en ik de oceaan in voor een *morning swim*. Even vertragen. Even in ons opnemen waar we waren – een fijne balans met het werk dat we er vanzelfsprekend óók verzetten.

Ik ben ervan overtuigd: in een leven dat steeds sneller lijkt te gaan, zijn juist dit de momenten die ertoe doen. Kleine rituelen die je terugbrengen naar jezelf. Designer Elza Wandler weet het in dit nummer mooi te verwoorden: 'Ik sta eerder op om te mediteren en begin de dag zonder telefoon. Geen Instagram, geen mails, niets. Overdag ga ik rond lunchtijd even naar huis om te rusten, met yoga en meditatie, en 's avonds sluit ik zo ook af. Het is bijna mijn religie geworden.' Oldskool of volgens de nieuwste trends: hoe je het ook invult, fysiek en mentaal voor jezelf zorgen blijft essentieel.

Enjoy!

LINDA GÜMÜS GERRITSEN
Editor in Chief

Deze maand is het Wellness Month op vogue.nl. Met dagelijks nieuws, alles over diverse behandelingen, adressen en meer. See you there!



Model Paula Soares tijdens de covershoot op Barbados.

In de accessoires-showroom van Celine.

Met dj Romée Avril bij Lacoste.

In de showroom van Schiaparelli.

In de tuinen van paleis Gyeongbokgung in Seoul.

VOGUE NL

CREATIVE & EDITORIAL DIRECTOR
MARIE NANETTE SCHAEPMAN

EDITOR IN CHIEF
LINDA GÜMÜS GERRITSEN

ART DIRECTOR
JOLIEN DORGELO

VISUAL DIRECTOR
ZOÉ ZINDZI VAN HALEN

FEATURES DIRECTOR
BARTJAN BOUMAN

ART DIRECTION
CHARLIE DOT, ANNA HILDE FABER,
JEFFREY HARPAL, ROSA MATHIJSSEN

COPY EDITORS
EVELYN VAN DRIEL, ELISABETH HEIJKOOP,
AISLING KIEFT

EDITOR AT LARGE — STEPHANIE BROEK
BEAUTY EDITOR — ZOÉ ZINDZI VAN HALEN
CONTRIBUTING EDITOR VOGUE MAN — STIJN DE VRIES
FASHION PRODUCERS — LEAH ZONNEVELD (SENIOR), RENÉE DE WITTE
FASHION COÖRDINATOR — NANCY STEEMAN
FASHION & SHOPPING EDITOR — IONA ANTONIE
VISUAL EDITOR — JERSEY-JENNA VAN DEN END
LIFESTYLE DIRECTOR — CHARISSA HOGERHEIJDE
TRAVEL EDITOR — STEPHANIE PANDER
EDITOR VOGUE — JACK VERKADE

CONTRIBUTORS
ABBY AGUIRRE, AROUA AMMARI, TAKA ARAKAWA, MIA ARMSTRONG, IMRUH ASHA, KATE BELLM, KATERINA BEZEDE, FLOOR BOGERS, THIJS BOSMA, STEFANIE BOTTELIER, LISA BOUYEURE, LISELORE CHEVALIER, KATE DAVIS-MACLEOD, AMBER DEWI, MIKI EHERA, TIM VAN ERP, INGE HANSSEN, NIKKI HOCK, MASAÉ ITO, MAYU ITOGA, KANAE KIKUCHI, KYOSUKE KIKUCHI, JORIN KOERS, ATHINA KONTOS, BRENDA VAN LEEUWEN, THEO LIU, SOPHIE LOGAN, MAGDALENA LOZA, ALASDAIR MCLELLAN, MICHAEL MILLS, CARLOS NAZARIO, MAUD VAN RHEE, JAMAR SILVA, DOORTJE SMITHUIJSEN, PAULA SOARES, MISAKI SUZUKI, AMY VAN DER TOORN, SHOTO TORII, SENNE VERBERNE, JOOLS VERSCHUUREN, FEE VESTJENS, MARIA VITTORIA, ELZA WANDLER, YUKA WASHIZU, SHUNYA WATANABE, JEAN WU, ANOK YAI, ISSAC YU, DANINE ZWETS

HEAD OF DIGITAL — JILKE JULIENS

ONLINE EDITORS — MARJOLEIN VAN DEN BRAND (SENIOR), FEMKE HABRAKEN, MARLOES VAN WIJNEN
SOCIAL MEDIA & ONLINE VISUAL EDITORS — JERSEY-JENNA VAN DEN END, ANNA HILDE FABER
CONTRIBUTORS — GISELE AZAD, VIVIAN HOORN, STIJN DE VRIES

BRAND & STRATEGY DIRECTOR
NIEKE MULDER

CREATIVE BRAND MANAGER — MARISSA VAN RIJSINGEN
MARKETING MANAGER — JASNA BOSCHKER
PROJECT MANAGEMENT — RENÉE DE WITTE
FINANCIAL DIRECTOR — JAN WILLEM VAN DEN HOF
FINANCE MANAGER – INA WAGNER

PUBLISHING HOUSE
BLOOM MAGAZINES B.V.

PRINT — SENEFELDER MISSET B.V.
DISTRIBUTION — ALDIPRESS
ICT — MACFORCE
-

VOGUE is een uitgave van Bloom Magazines onder licentie van Condé Nast.
VOGUE Bloom Raadhuisstraat 52E, VOGUE Fashion Raadhuisstraat 52A, 1016 DG Amsterdam.
ABONNEMENTEN — Vogue-abonnementsprijzen 2026 Nederland en België: € 99,90 automatische incasso (10x per jaar), eenmalige verzendkosten € 8,95 per abonnement, € 12,95 voor België. Adviesprijs losse verkoop: € 9,99. Prijswijzigingen voorbehouden.
KLANTENSERVICE — Nederland: +31 (0)88 1102068, vogue@spabonneeservice.nl, België: +32 (0)25 888745, vogue@spabonneeservice.nl.
OPZEGGEN ABONNEMENTEN — Opzeggingen worden per einde van de gefactureerde periode verwerkt, mits uiterlijk drie maanden van tevoren per e-mail, telefonisch of schriftelijk doorgegeven aan de klantenservice. Je hebt het recht het abonnement na de eerste actieperiode, met inachtneming van de geldende opzegtermijn, tussentijds te beëindigen. De opzegging wordt binnen veertien dagen schriftelijk bevestigd.
Adreswijziging: minimaal drie weken van tevoren doorgeven. Nederland: mail naar vogue@spabonneeservice.nl of bel +31 (0)88 1102068.
België: mail naar vogue@spabonneeservice.nl of bel +32 (0)25 888745, vogue@spabonneeservice.nl, website: vogue.nl

OMSCHRIJVING Een bodylotion met 42% olie. INDICATIE Verhoogt de hydratatie van de huid aanzienlijk. VERSCHIJNING Witte vloeistof. SAMENSTELLING Lotion met 42% occlusieve ingrediënten en 14% vochtinbrengers. INGREDIËNTEN Aqua, Dimethicone, Isopropyl Palmitate, Ethylhexyl Cocoate, Isododecane, Isopropyl Myristate, Urea, Polyglyceryl-2 Dipolyhydroxystearate, Glycerin, Pentylene Glycol, Dicaprylyl Carbonate, Polyglyceryl-3 Diisostearate, Sodium Lactate, Dipentaerythrityl Hexacaprylate / Hexacaprate, Gluconolactone, Rosa Canina Fruit Oil, Simmondsia Chinensis Seed Oil, Calendula Officinalis Extract, Butyrospermum Parkii Oil, Helianthus Annuus Seed Oil, Glycine Soja Oil, Isostearyl Isostearate, Bisabolol, Octyldodecyl PCA, Retinyl Palmitate, Tocopheryl Acetate, Linoleic Acid, Linolenic Acid, Tocopherol, Sodium PCA, Sodium Hyaluronate, Lactic Acid, Stearalkonium Hectorite, Propylene Carbonate. KLINISCH ONDERZOEK NAAR DROGE HUID Onderzoekscentrum: Complife Italia Srl, Italië. Doelstelling: Een klinische evaluatie om de werkzaamheid van Bio-Oil® Body Lotion te testen bij het verbeteren van de hydratatie van de huid. Steekproef: Proefpersonen: 30 gezonde vrouwelijke deelnemers met Fitzpatrick-huidtype II-V en klinisch een droge tot zeer droge huid ter hoogte van de buitenzijde van het onderbeen. Testplek: het testproduct werd bij alle proefpersonen aangebracht op de buitenzijde van een onderbeen. Leeftijd deelnemers: 25-65. Methodologie: Split-body, [illegible]-blind, gerandomiseerd en gecontroleerd klinisch-instrumenteel onderzoek. De deelnemers wasten hun benen gedure[illegible] droge huid te veroorzaken. Bij aanvang (baseline) werden klinische en instrumentele referentiemetinge[illegible]rende 28 dagen tweemaal per dag op het toegewezen onderbeen aangebracht; het andere bee[illegible]instrumentele evaluaties werden uitgevoerd op dag 1, 3, 6, 8, 10, 14, 21 en 28. De onbehande[illegible]erd. De proefpersonen werden klinisch beoordeeld op droogheid (op een schaal van 0-5[illegible]tatieve meting van de hydratatie van de huid vond plaats met behulp van een Corneom[illegible]aterverlies (TEWL) als indicator voor de barrièrefunctie werd uitgevoerd met een Tewam[illegible]tievragenlijst ingevuld. Resultaat: Vergeleken met het onbehandelde gebied resulteerde de b[illegible]significante verbetering in de klinische droogheidsscore en in de Tewameter- en Corneome[illegible]Wat betreft de klinische droogheidsscore waren vanaf dag 14 statistisch significante verbete[illegible]na het dubbele van de verbetering die op dag 1 werd opgemerkt. Na 28 dagen gebruik ver[illegible]ame van de hydratatie van de huid, waarbij de omvang van de verbetering bijna vier keer z[illegible] de deelnemers na 28 dagen gebruik een significante afname in de TEWL, waarbij de om[illegible]an die op dag 1. Deze bevindingen worden ondersteund door de resultaten van de zelf[illegible] NAAR DROGE HUID Onderzoekscentrum: Ayton Global Research, Verenigd Koninkrijk. [illegible]-Oil® Body Lotion als lichaamsmoisturizer. Steekproef: Proefpersonen: 119 vrouwelijke d[illegible]25-65. Methodologie: Een gebruikersonderzoek van twee weken met één product voor th[illegible]het product tweemaal daags, 's ochtends en 's avonds, aan te brengen. In de huid inmasse[illegible]vragenlijsten ingevuld: de eerste na de eerste keer aanbrengen, de tweede na 12 uur en de[illegible]Toepassing: 95% van de deelnemers was het ermee eens dat 'het product lichter is da[illegible]ruikt'. 93% van de deelnemers was het ermee eens dat 'het product zich gemakkelijk[illegible]ruikt'. Absorptie: 82% van de deelnemers was het ermee eens dat 'het[illegible] hebben gebruikt'. 75% van de deelnemers was het ermee e[illegible] eerder hebben gebruikt'. 74% van de deelnemers was he[illegible] de deelnemers was het ermee eens dat ze zich 'na he[illegible] was het ermee eens dat 'het product de huid[illegible] huid na het aanbrengen van het product [illegible] gehydrateerd aanvoelde' en 91% was [illegible] ermee eens dat 'hun huid er beter u[illegible] eens dat 'het product beter is da[illegible] Complife Italia Srl, Italië. Doels[illegible] Proefpersonen: 25 deelnemer[illegible] 18-70. Methodologie: Geco[illegible] aangebracht (gedemineralis[illegible] uur op de rug van de dee[illegible] beoordeeld onder toezich[illegible] pleister. Huidreacties wer[illegible] ernstig erytheem en oed[illegible] huidverdraagzaamheid va[illegible] Italia Srl, Italië. Doelstellin[illegible] 14 vrouwen en 6 manner[illegible] onderzoek. Het product [illegible] hun plaats gelaten, verwi[illegible] gebieden werden geëval[illegible] controle (lanolinealcohol,[illegible] klinisch geëvalueerd ond[illegible] Resultaat: Bio-Oil® Body[illegible] significant verschil met h[illegible] Union Swiss, Zuid-Afrika[illegible] met vergelijkbare vochtin[illegible] door 10 wereldwijde mer[illegible] van een Anton Paar Rhe[illegible] Body Lotion bleek een 7[illegible] (94 mPa.s vs. 707 mPa.s[illegible] brengen: Bio-Oil® Body L[illegible] aanbevolen om Bio-Oil®[illegible] op een open wond of be[illegible] het product in de ogen[illegible] voordat u dit product g[illegible] gebonden zijn. Zo licht o[illegible] product voor gebruik za[illegible] is afhankelijk van factore[illegible]

VOGUE NL

PUBLISHED BY CONDÉ NAST

Chief Executive Officer **ROGER LYNCH**
Chairman of the Board **JONATHAN NEWHOUSE**
Chief Revenue Officer **ELIZABETH HERBST-BRADY**
Chief Content Officer **ANNA WINTOUR**
Chief Financial Officer **NICK HOTCHKIN**
Chief People Officer **STAN DUNCAN**
Chief Corporate Affairs and Communications Officer **DANIELLE CARRIG**
Chief Product and Technology Officer **VASANTH WILLIAMS**
Chief Content Operations Officer **CHRISTIANE MACK**

WORLDWIDE EDITIONS

FRANCE AD, AD Collector, GQ, Vanity Fair, Vogue, Vogue Collections
GERMANY AD, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, Vogue
INDIA AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue
ITALY AD, Condé Nast Traveller, GQ, La Cucina Italiana, Vanity Fair, Vogue, Wired
JAPAN GQ, Rumor Me, Vogue, Vogue Girl, Vogue Wedding, Wired
MEXICO AND LATIN AMERICA AD Mexico and Latin America, Condé Nast College Américas
Glamour Mexico and Latin America, GQ Mexico and Latin America, Vogue Mexico and Latin America
MIDDLE EAST AD, Condé Nast Traveller, GQ, Vogue, Wired
SPAIN AD, Condé Nast College Spain, Condé Nast Traveler, Glamour, GQ, Vanity Fair, Vogue, Vogue Niños, Vogue Novias
TAIWAN GQ, Vogue
UNITED KINGDOM London: HQ, Condé Nast College of Fashion and Design, Vogue Business;
BRITAIN Condé Nast Johansens, Condé Nast Traveller, Glamour, GQ, GQ Style, House & Garden, Tatler,
The World of Interiors, Vanity Fair, Vogue, Wired
UNITED STATES Allure, Architectural Digest, Ars Technica, basically, Bon Appétit, Clever,
Condé Nast Traveler, epicurious, Glamour, GQ, GQ Style, healthyish, HIVE, La Cucina Italiana,
Pitchfork, Self, Teen Vogue, Them, The New Yorker, The Scene, Vanity Fair, Vogue, Wired

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

BRAZIL Casa Vogue, Glamour, GQ, Vogue

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

AUSTRALIA GQ, Vogue
BULGARIA Glamour
CHINA AD, Condé Nast Traveler, GQ, GQ Lab, GQ Style, Vogue, Vogue+, Vogue Café Beijing,
Vogue Café Shanghai, Vogue Film, Vogue Business in China
CZECH REPUBLIC AND SLOVAKIA Vogue
GERMANY GQ Bar Berlin
GREECE Vogue
HONG KONG GQ, Vogue
HUNGARY Glamour
KOREA Allure, GQ, Vogue
MALAYSIA Vogue Lounge Kuala Lumpur
PHILIPPINES Allure, Vogue
POLAND Glamour, GQ, Vogue
PORTUGAL GQ, Vogue, Vogue Café Porto
SCANDINAVIA Vogue
SINGAPORE Vogue
SOUTH AFRICA Glamour, GQ, GQ Style, House & Garden
THAILAND GQ, Vogue
THE NETHERLANDS Vogue
TURKEY GQ, Vogue, Vogue Restaurant Istanbul
UKRAINE Vogue, Vogue Man

Condé Nast is a global media company producing premium content with a footprint of more
than 1 billion consumers in 31 markets. condenast.com

mma
magazine media
associatie

RITUALS®

find your balance

WITH THE RITUAL OF AYURVEDA

Certified B Corporation

RITUALS...
THE RITUAL OF AYURVEDA
whipped body cream
crème fouettée pour le corps

contributors

Vogue's JERSEY-JENNA VAN DEN END *was beeldredacteur voor de Harry Styles-pagina's.*
'Werken aan een productie over een artiest als Harry Styles is altijd een eer. Tijdens mijn beeldresearch stuit ik op de meest memorabele momenten en iconische looks. Bij Harry moest ik meteen denken aan de videoclip van *Story of My Life* uit zijn One Direction-tijd. Ik heb de clip direct opnieuw bekeken: de beelden die voorbijkomen en de nostalgie die ze oproepen bezorgen me kippenvel. Zeker als je bedenkt hoeveel beeld-materiaal er de afgelopen jaren nog is bijgekomen: *mesmerizing*.'

WELL WELL WELLNESS

Even opladen; je hoofd, je lichaam of je smartwatch. Van eeuwenoude rituelen tot de nieuwste wellness-hypes: onze medewerkers duiken erin. Inclusief een gezonde dosis Harry Styles, want sommige remedies werken altijd. *onder redactie van* JACK VERKADE

KATE DAVIS-MACLEOD *fotografeerde Vogue Wellness.*
'Ik breng veel tijd door in sauna's, spa's en yogastudio's over de hele wereld, maar er heerst een ander soort rust in een Japanse onsen. Het zit in de schaduwen, in de stilte van het water, in de kleine details die niet te hard hun best doen. Er zit een sterk gevoel van wabi-sabi in alles, de schoonheid van eenvoud, van imperfectie, van het ingetogene. Niets voelt overdreven ontworpen en toch voelt alles doordacht. Ik denk dat mijn beelden dat gevoel echt vasthouden, een soort ingetogen verstilling. En eerlijk gezegd denk ik dat we Japanse badhuizen in Europa nodig hebben, misschien moet ik er zelf wel een bouwen.'

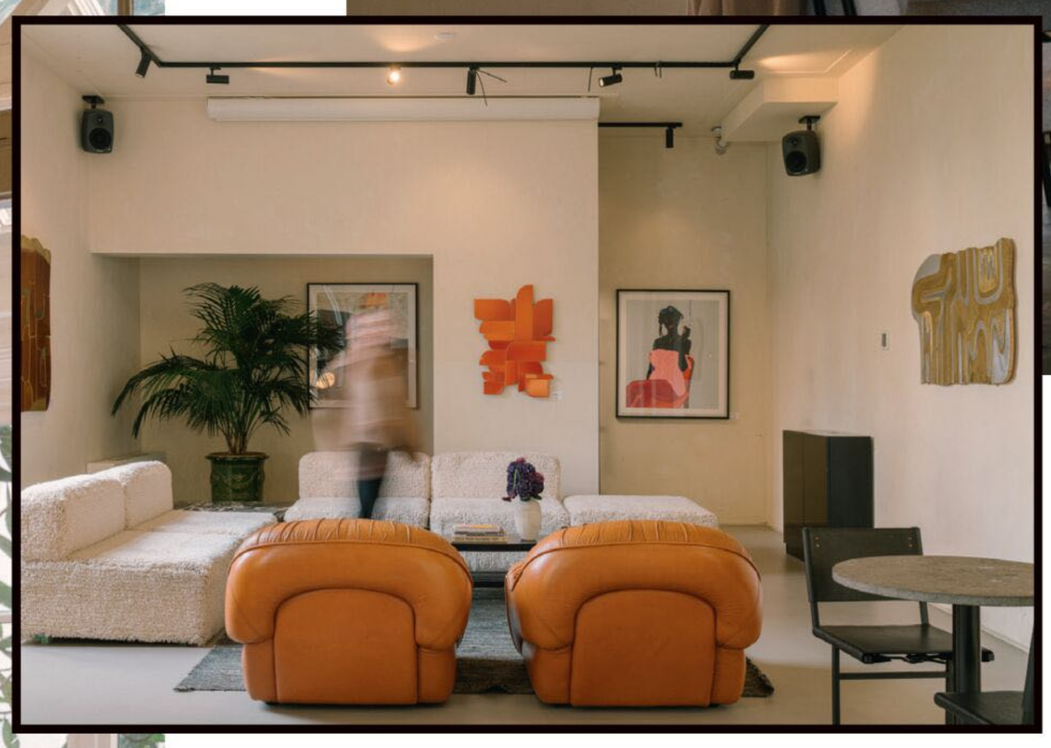
Journalist LISA BOUYEURE *schreef* *Je lichaam is een tempel, toch?*
'Onlangs liep ik door het Louvre. De zaal waar mijn beroemde naamgenoot hangt was zoals altijd afgeladen. Je moet het die vrouw nageven: op haar vijftiende getrouwd, zes kinderen gebaard, in haar blikveld worden continu smartphones omhooggehouden en toch blijft ze de blakende kalmheid zelve. Na mijn duik in de wellnessindustrie stond ik ineens voor een nog groter raadsel dan die mysterieuze glimlach, want waarom is er eigenlijk nog geen enkele sluwe marketeer op het idee van de renaissance-retraite gekomen?'

JENNIFER KUNES (JERSEY-JENNA)

IK ZIE JE!

Thuiswerken? Ja heerlijk, met alleen de kat en de koerier, maar soms verlang je naar een stimulerende omgeving met gelijkgestemden waar het brúíst. Fosbury & Sons in Amsterdam is zo'n plek. Daar komen energie, inspiratie en leuke mensen samen.

tekst ELISABETH HEIJKOOP



Op de Prinsengracht in hartje Amsterdam vind je dé membersclub van Nederland: Fosbury & Sons. Altijd een topidee om heen te gaan, maar ook als je, zoals best wat mensen, kampt met *Sunday Scares* en *Monday Blues*. Je week beginnen in een omgeving waar energie, inspiratie en leuke mensen samenkomen, waar je je vrienden ontmoet voor lunch en waar werk voelt als een onmisbaar deel van je leven, hoe heerlijk is dat!

Fosbury & Sons voelt als een tweede thuis: om te werken, te meeten, te verbinden, te lunchen (met een eigen restaurant en een topkeukenteam), maar het is ook een locatie waar events worden gehost (ook voor niet-members) en shoots worden gehouden. Waar je je netwerk opbouwt, nieuwe klussen binnenhaalt en samenwerkingen start. Als member mag je gebruikmaken van alle faciliteiten binnen Fosbury en behoor je tot een intieme en veelzijdige community waar jij de sappige vruchten van plukt. Bij Fosbury & Sons is eigenlijk alles zoals je het zou willen en voelt elke dag 'op kantoor' als een cadeautje.

JUNE JOY

Stephanie was tot haar dertigste niet bepaald een schoenenmeisje. Dat haalt ze nu dubbel en dwars in, met meerdere paren op het oog. En toch lonkt er óók een tas.

Vogue's editor at large Stephanie Broek (37) ademt mode. In haar kast? Vooral stukken van Maison Margiela en obscure nieuwe ontwerpers. Ze woont samen met haar partner en dochter van drie.

OPERA-PROOF

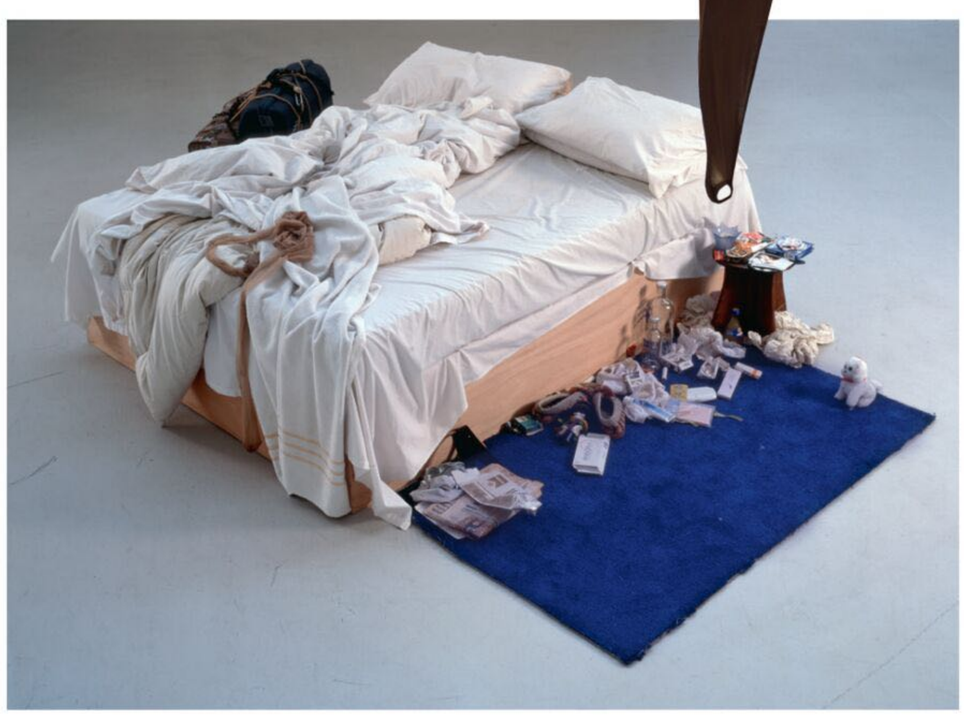
'Het Italiaanse schoenenmerk Gia Borghini vroeg de Parijse it-girl Pirrie Wright een opera-capsulecollectie te ontwerpen. Het resultaat: onder andere een elegante pump met sierlijke tip en opvallend comfortabele hakhoogte.' *Satijnen pumps € 450*

OH I KNOW!

'Hoezeer ik me ook verzet, het lukt me niet deze pumps van Jude uit mijn hoofd te krijgen. Het Franse label maakt de meest gewilde schoenen en is ronduit verslavend. Lichtblauw, *of all colours*, nogal *off-brand* voor mij, ik weet het.' *Leren pumps € 880*

BATWOMAN

'De voorlaatste collectie van Pieter Mulier voor Alaïa (tranen wellen op terwijl ik dit typ) is uit, en ik heb mijn pijlen gericht op deze *second-skin tension top*. De vleermuismouwtop wordt aan beide mouwen om de vingers gedragen om het dramatische onder-hoogspanning-effect te creëren.' *€ 1400*



TRACY'S BED

'Nu te zien in Tate Modern in Londen: *Tracy Emin: A Second Life*, een overzicht van een van de belangrijkste hedendaagse kunstenaars, bekend om haar rauwe, autobiografische werk over liefde, trauma en het vrouwelijk lichaam.' *T/m 31 augustus*

KOM ERBIJ

'De eerste ready-to-wearcollectie van Matthieu Blazy voor Chanel zorgde wereldwijd voor lege rekken. Nu ligt ook zijn eerste Métiers d'art-collectie in de boetieks, met mijn droomtas: een kleine versie van de *Chanel 25*-tas met zwarte stippen.' *P.o.a.*

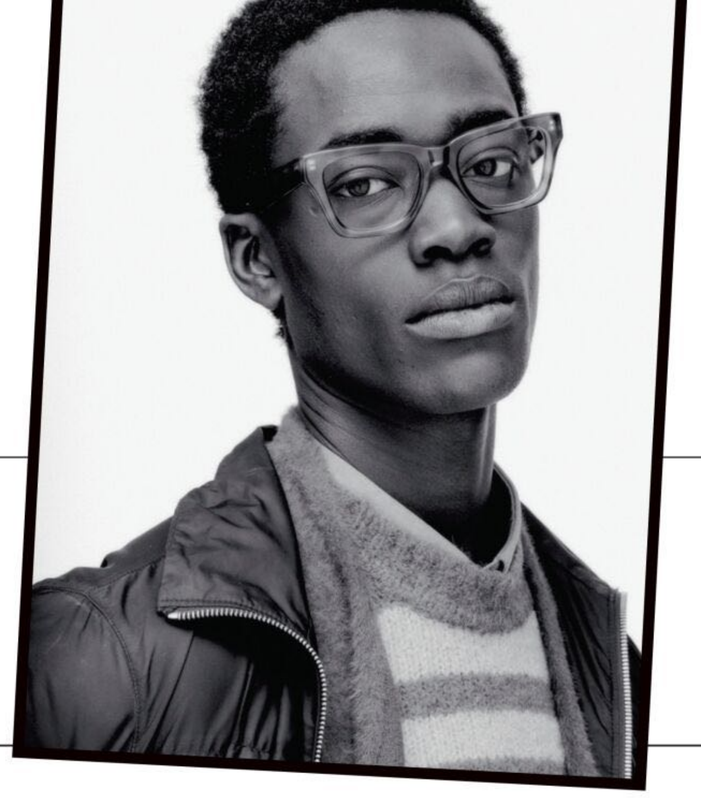
GLANSCARRIÈRE

'Mijn best bewaarde geheim: het Zuid-Koreaanse, minimalistische Gia Studios. Het 'The Row van Seoul' maakt simpele stukken die opvallen door de hoogwaardige materialen, zoals deze oversized zwarte blazer van zijde.'

TEKST STEPHANIE BROEK, FOTOGRAFIE AVA VAN OSDOL (GIA BORGHINI), JEAN MARQUES (JUDE), TRACEY EMIN MY BED 1998 © TRACEY EMIN. ALL RIGHTS RESERVED, DACS 2026. COURTESY THE SAATCHI GALLERY, LONDON / PHOTOGRAPH BY PRUDENCE CUMING ASSOCIATES LTD.

ZO IS DAT

Mode is een kunstvorm die zich laat leiden door interpretatie, filosofeert Yaw erop los. Hij deelt zijn observaties en draagt nieuwe perspectieven aan.



Yaw Tiëku Appiah (26) is imagemaker en stylist.

FOCUS SHIFT

'Waar Hedi Slimane ooit een gesloten, melancholisch universum voor Celine neerzette, voelt de collectie onder Michael Rider opener en directer. De nadruk verschuift van een totaalbeeld naar de stukken an sich. Kleding lijkt minder een specifieke rol te spelen en meer te worden gezien zoals we het daadwerkelijk dragen.'

LUISTER EENS

'Soms heb je niet door hoeveel nummers je kent van een artiest totdat je ze live meemaakt. Dat ervaarde ik bij Bar Italia. De Britse altrockband gaf onlangs een sterk concert in de Melkweg. Voor wie nog niet bekend is met hun werk, *The Twits* is een goed startpunt.' *Cd € 9,99*

ONGEËVENAARD

'Wat ooit door Tom Ford bij Gucci werd neergezet, blijft moeilijk te reproduceren. Misschien ligt de kracht in het feit dat het niet herhaalbaar is. Fords broek (low-rise, strak, sexy) overtuigt nog steeds.' *Denim Gucci € 980*

WAAR DAN OOK

'Ranra herdefinieert techwear door functionaliteit te koppelen aan klassieke vormen. In plaats van futuristische esthetiek kiest het *outerwear*-merk voor herkenbare silhouetten die zowel in de stad als in de natuur werken.'

GOED KIJKEN

'Het Frans klinkende maar in Amerika opgerichte Jacques Marie Mage balanceert tussen ambacht en exclusiviteit. De strakke brillen in beperkte oplages geven elk ontwerp een bijna verzamelwaardige status.' *Amelia € 1005*

TEKST YAW TIËKU APPIAH, LAUNCHMETRICS/SPOTLIGHT

THE ROW

STILLE LUXE

‘Bij The Row neemt minimalisme de vorm aan van precisie. De looks voelen alledaags, maar zijn zorgvuldig opgebouwd. Door het combineren van subtiele texturen en silhouetten ontstaat spanning, zonder dat het ooit schreeuwerig wordt.’

NAAKT IN DE NATUUR

'"*Leave the city, head for the jungle. Dig a phone grave in the sand. Kiss some elephants, drink the sunsets. Do nothing, believe in everything.*" De Britse fotograaf Kate Bellm staat bekend om haar sferische beelden van natuur, naakt én naakt in de natuur. *La Selva*, Bellms derde fotoboek, duikt in het donkere hart van die jungle. en verschijnt deze maand bij Mirage Publishing.' *€ 89*

PRÊT-À-PLONS

Linda warmt zich op voor een zomer vol zon, zand en zee. Van zonnebril tot zwemlook: deze krijgen van haar een *10 out of 10*.

Linda Gümüs Gerritsen (47) is Vogue's editor in chief, maar is ook artdirector, stylist en levensgenieter.

SCHOONZWEMMEN

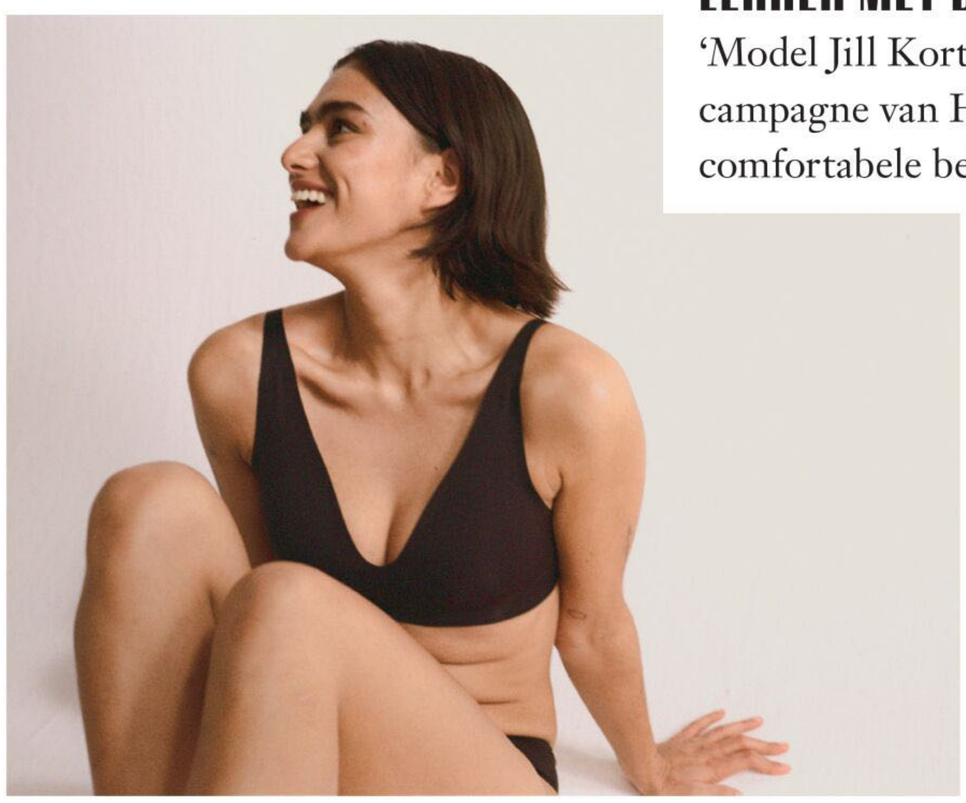
'*Love* de nieuwe zomercampagne van Saint Laurent by Anthony Vaccarello met Hailey Bieber in de hoofdrol.'

SPA GROEN

'Tussen het groen van Koh Samui, Thailand, ligt Kamalaya Retreat. Een droombestemming voor ultieme verwennerij en zelfzorg. Hier kun je jezelf resetten na een intense periode.'

BAG TO LIFE

'Mini-raffiatas *Justine* van Sézane is handgemaakt op Madagaskar en ideaal; je switcht 'm zo van mand- naar schoudertas.' *€ 190*



LEKKER MET DE MEIDEN

'Model Jill Kortleve is het gezicht van de nieuwste campagne van Hunkemöller waarin, naast Jill, super-comfortabele beha's de show stelen.' *Beha € 24,99*

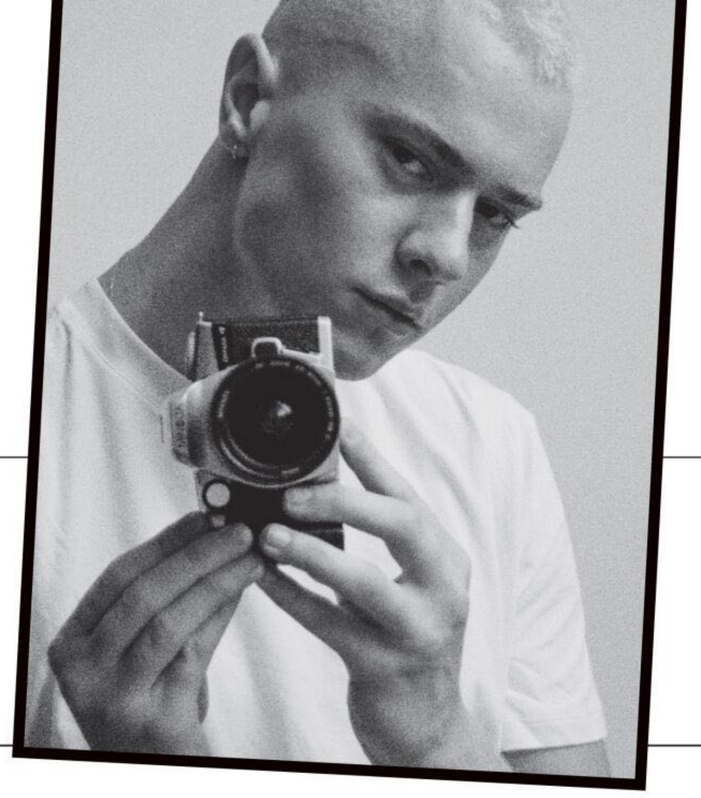
SUNSHINY DAY

'De lucht wordt net iets mooier met deze verfijnde zonnebril van Max Mara.' *€ 230*

TEKST LINDA GÜMÜS GERRITSEN, FOTOGRAFIE PAUL BELLAART

VAN HEB IK JOU DAAR

Heb je net iets afgevinkt van je wensenlijst, komen er weer tal van dingen bij. Oftewel: *the list that keeps on growing*. Stijn weet er alles van.



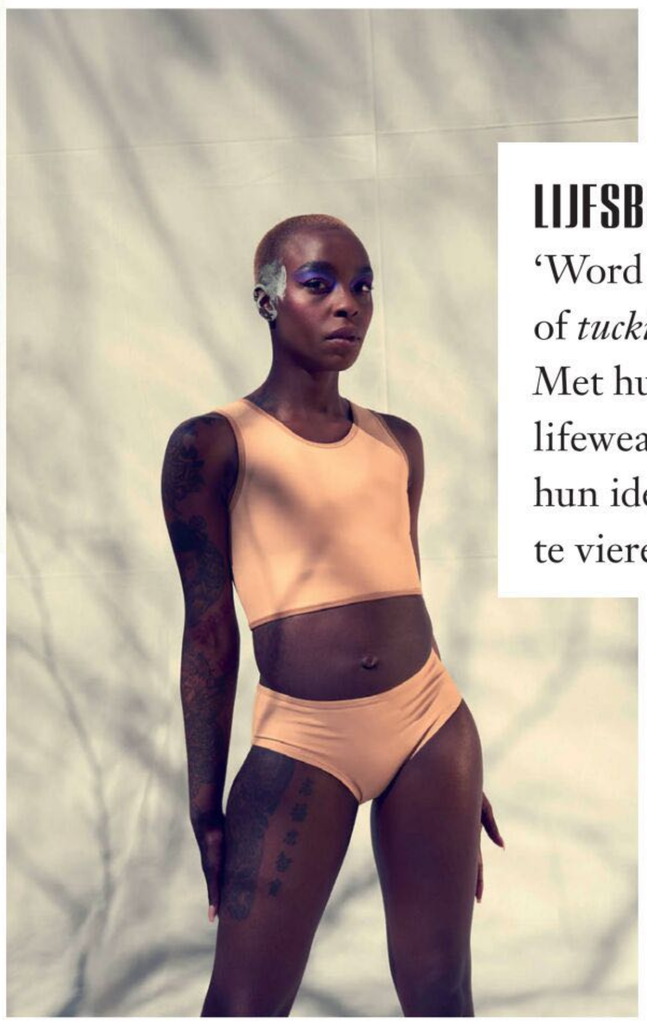
Stijn de Vries (27) is presentator, fotograaf en schrijver. Sneakers, reizen en kaas zijn z'n grootste liefdes.

AVONTUREN MET VERF

'Wie me een beetje kent, weet: kunstboeken zijn mijn verslaving. Het nieuwe boek *Paintings*, van regisseur Gus Van Sant, heeft de mooiste schetsen, tekeningen en beelden, die laten zien dat zijn creativiteit verder gaat dan alleen film.' *€ 55*

DUIZEND-DINGENSJAALTJE

'Dit vind ik dus enig: een zijden sjaal met het mooiste dessin. Kan om de hals, aan je broek of tas – of, zoals 't heurt, in je borstzak.' *Dunhill € 225*



LIJFSBEHOUD

'Word ik blij van: een binder of *tucking thong* voor wie dat wil. Met hun genderbevestigende lifewear helpt Untag mensen hun identiteit te ontdekken én te vieren.' *€ 56*

UITGESTIPPELD

'Sinds kort heb ik Bonsoirs ontdekt, en mijn leven *has never been the same again*. Hun dekbedden zijn 't allerlekkerst. En oké, alles wat een polkadot heeft krijgt sowieso mijn hart.' *Dekbedovertrek polka v.a. € 70*

BONTE STOET

'Cooler schoeisel dan dit ga je niet snel vinden. In gifgroen, als heerlijk kleurrijk accent onder een wijde jeans. Prada *does it again*.' *€ 890*

TEKST STIJN DE VRIES

EYE-OPENING

‘Mijn nieuwe obsessie: zwart-witfoto’s maken. Doe ik met Ilford HP5 Plus-rolletjes. Ik heb als test voornamelijk random foto’s gemaakt van, onder andere, mijn kledingkast.’ *€ 12*

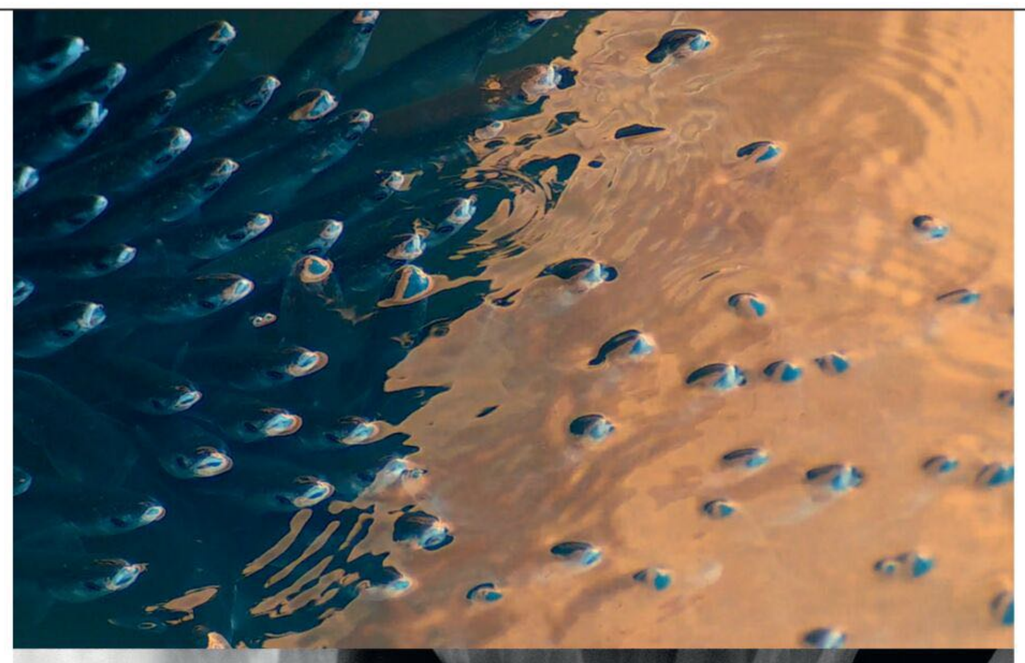
HEALTH IS WEALTH

Travel is wellness, proclameert Xavièra en dat vraagt om een roadtrip naar Frankrijk, met spa's, parfum-workshops en kunst-sightseeing. Er zijn ergere dingen.

Xavièra Aubri (45) is modestylist en liefhebber van stijlvol reizen.

DE DIEPTE IN

'Ontwerper Lies Musch maakt sieraden vanuit haar Indische roots, met als gevolg: prachtige juweeltjes die elke outfit diepte geven.' *Vergulde parel-oorbellen € 150 p.s.*



IK ZIE, IK ZIE

'Luma in Arles is niet alleen een architectonisch meesterwerk van Frank Gehry, maar heeft ook een geweldige kunstcollectie. Een aanrader deze zomer.'

VIVE LA FRAGRANCE

'Aurélien Guichard is de enige parfumier die zijn eigen ingrediënten verbouwt, in parfummekka Grasse. Zijn radicale benadering van grondstoffen, zoals saffraan en centifoliaroos, levert verleidelijke combinaties op.' *Encens Suave, Matiere Premiere € 250*

AAN DE ZWERF

'Platte ballerina's, pofbroeken en bermuda's, dat vat de *new nomad*-stijl van Louis Vuitton wel samen. Ook de perfecte items voor een *holiday wardrobe*.'

BLIJVEN ADEMEN

'Parijs is een stijlvolle spa rijker. Sant Roch biedt hitte- en koudetherapie, waarbij de afwisseling maximale mentale en fysieke wellness moet opleveren.' *V.a. € 45*

TEKST XAVIÈRA AUBRI, FOTOGRAFIE JOUKE BOS, COSMOFONIA CAMARGUES (LUMA), JULIAN KNXX, MAONA MICOUD (WANDLER)

REISGENOOT

‘Als doorgewinterde reiziger heb ik een uitgekiend bagagesysteem. Ik weiger daarbij om met lelijke tassen of koffers te slepen. Dus heb ik de gebruiksvriendelijke weekendtas verruild voor XL-tassen met de nodige allure die overal mee naartoe kunnen: in het vliegtuig, op roadtrip, maar ook naar een lunch aan de Côte d’Azur. Bovenaan de lijst? De *Penelope Tote* van Wandler. *A girl’s best (travel)friend.*’ *€ 695*

VERZORGENDE
AUTHENTIC
BEAUTY
CONCEPT-SET
T.W.V. € 111,95
CADEAU

Je ontvangt:

10x Vogue t.w.v.	*€ 89,90*
Authentic Beauty Concept-haarverzorgingsset	*€ 111,95*
Normaal	*€ 201,85*
Nu voor maar	*€ 69,00*
Korting	*€ 132,85*

HANS VAN BRAKEL

Join the VOGUE NL *family*

10 x Vogue + luxe Authentic Beauty Concept-set (t.w.v. € 111,95)

nu samen voor maar **€ 69**

Authentic Beauty Concept is een professioneel haarverzorgingsmerk, ontstaan vanuit het idee dat échte schoonheid begint bij jezelf zijn. Het merk gelooft dat schoonheid niet perfect of gefilterd hoeft te zijn, maar natuurlijk en eerlijk. Vanuit die gedachte ontwikkelt de internationale brand producten – vegan en vrij van sulfaten en siliconen – die je natuurlijke haar en uitstraling versterken, op een manier die moeiteloos aansluit op je dagelijkse routine. Alle formules zijn zorgvuldig samengesteld, met de focus op werkzaamheid en kwaliteit. Dus daar ga je: stralend haar, machtig magazine onder de arm – jij hebt alles mee.

De luxe haarverzorgingsset bestaat uit:

- Hydrate Hair Care Giftbox met cleanser, conditioner & scrunchie t.w.v € 67,75
- Hydrate Mask t.w.v. € 44,20

Scan de QR-code of ga naar vogue-shop.nl

Deze aanbieding is geldig in Nederland en België t/m 31 december 2026 en zolang de voorraad strekt. Het abonnement geldt tot wederopzegging. De verzendkosten van het cadeau bedragen € 8,95. Prijswijziging, druk- en zetfouten voorbehouden.

TOGETHER

SLEEPING APART

'Sleep divorce' wordt het genoemd, het eeuwenoude verschijnsel dat opnieuw in zwang is. Stellen die – ongeacht hun leeftijd – het overdag heerlijk met elkaar hebben, maar niet samen de nacht doorbrengen. Ook Doortje heeft sinds enkele jaren een *SAT*-relatie.

tekst DOORTJE SMITHUIJSEN

Ik voelde de bui al maanden hangen. We waren verliefd, we zagen elkaar elke dag, we fietsten met tassen vol spullen door de stad alsof we studenten waren – onszelf intussen hardop afvragend hoe charmant zoiets nog is als je al lang en breed over de dertig bent. We hadden twee eigen huurhuizen – wat in Amsterdam neerkomt op een onevenredig hoge kostenpost en een flinke dosis woonschaamte; een toenemend aantal kennissen begon te informeren of zij niet een van onze woningen konden betrekken. Ik liet mijn telefoonlader bij hem liggen, hij vergat zijn messen bij mij. ('Kun je niet het mes van je souschef gebruiken?' vroeg ik toen hij erover belde. Aan de andere kant bleef het stil.) Eén keer klapte ik tijdens een meeting mijn laptop open om pagina's aan te treffen vol recepten en menu's. Dat we dezelfde MacBook Pro hadden, hielp niet.

Het s-woord begon zich op te dringen – samenwonen, een praktijk waar ik me al meermaals toe had laten verleiden, maar die me steeds minder goed af leek te gaan. Niet omdat ik niet hou van de nabijheid van een geliefde, omdat ik slecht tegen rommel kan of van die rare hyperfixaties heb op het wel of niet terugdraaien van tandpastadoppen. Mijn probleem met het concept concentreerde zich rondom de slaapkamer – meer specifiek rondom de praktijk van samen slapen. Belangrijk te vermelden dat ik hier niet 'samen slapen' bedoel in de romantische zin van het woord – ik bedoel niet 'samen slapen' als in: 'met elkaar naar bed gaan', als in: een eufemisme voor seks. Ik bedoel samen slapen, als in: het gezamenlijk ervaren van de nodige nachtrust. Samen slapen als in: elke nacht, naast elkaar, als het even kan zonder onderbreking en liefst acht uur lang.

OCHTENDMENS

Er zijn mensen – mijn geliefde is er zo één – die 'slaap lekker' zeggen, gaan liggen, en tot de volgende ochtend onverstoorbaar onder zeil zijn. Mensen die voor ze hun ogen dichtdoen nog even door TikTok scrollen, daarna met mobiel in de hand knock-out gaan. En je hebt mensen zoals ik, die bij de achttien stappen tellende slaaproutine van Arie Boomsma denken: daarmee begin je pas. Als onverbeterlijk ochtendmens (elke dag om zeven uur wakker, al mijn hele leven, ook als ik er om vier uur in lig) heb ik de afgelopen jaren een vergaande liefde ontwikkeld voor het concept: vroeg naar bed. Zeker in drukke periodes kan ik behoorlijk geobsedeerd raken met het idee dat ik te laat in slaap zou vallen. Ik heb etentjes verlaten omdat het 'al' negen uur was; ben voorstellingen uitgelopen vanwege het vooruitzicht dat de laatste scène pas na tienen aan bod kwam. Ik ben een radicaal lobbyist tegen schermen in de slaapkamer – een lastige als heterovrouw, gezien een opvallend groot deel van de mannen niet lijkt te kunnen slapen zonder eerst minimaal een vierde keer naar *Game of Thrones* te staren. Ik moet voor ik ga slapen in een boek lezen, anders kalmeren mijn gedachten niet. De afgelopen tijd heb ik dit ritueel extra gespecificeerd – 'een boek' is vervangen door 'een boek dat niet te veel informatie over de realiteit bevat'. Een roman helpt me een stuk beter de remslaap in dan een non-fictietitel over pakweg Elon Musk. Toen ik zijn biografie las, lag ik de hele tijd te dromen over het afschalen van de overheid en op hol geslagen Tesla's.

Je kunt vermoedelijk veel over mijn persoonlijkheid te weten komen als je deze kennis combineert met het gegeven dat ik vrijwel altijd partners uitkies die op de een of andere manier een nachtelijk bestaan leiden. In eerdere relaties leidde deze paradoxale neiging tot de nodige spanningen – om niet te zeggen: microtragedies. Krijg het maar eens ›

Er zijn mensen – mijn geliefde is er zo één – die 'slaap lekker' zeggen, gaan liggen, en tot de volgende ochtend onder zeil zijn

FOTOGRAFIE LISELORE CHEVALIER, HAAR EN MAKE-UP DANINE ZWETS, JASJ

uitgelegd aan een ander volwassen persoon – een persoon die het liefst elke avond in de kroeg zit, 's avonds moet werken of gewoon de slaap niet kan vatten voor één uur 's nachts – dat jij elke avond om negen uur naar bed wil, liefst gelijktijdig, omdat je anders wakker wordt van de binnenkomst van de ander. Dat je vervolgens niet samen Netflix wil kijken (want: te veel prikkels), ook niet wil dat de ander dat doet (want: schermen) en eenmaal samen in bed eigenlijk geen gesprek meer wil voeren (vraagt te veel, mentaal). De meeste mensen kregen als kind van hun moeder nog meer ruimte bij het indelen van hun slaaproutine.

SLAAPNAZI

De laatste keer dat ik me in een samenwoonconstructie had bevonden, had mijn slaapobsessie binnen de vriendengroep van mijn toenmalige partner tot de bijnaam 'slaapnazi' geleid. Eerst onderling en stiekem – ik dacht het weleens te horen op een borrel of verjaardag, maar altijd net zacht genoeg om te kunnen denken dat ik het verkeerd zou hebben. Later werd de bijnaam gewoon openlijk gebezigd – 'Hoe is het met de slaapnazi?'; 'Hé slaapnazi, hoe staat het met je nachtrust?'. Toen we uit elkaar waren werd mijn verdriet al snel overstemd door de helende werking van acht uur slaap – op mijn zelfverkozen bedtijd, onafgebroken, zonder ongewenste iPads, zonder *Game of Thrones*.

Je hebt zo'n idee – ik geloof uit de systeemtherapie – dat je je oude relatie altijd meeneemt in een nieuwe; dat eerdere ervaringen met ouders, vrienden of partners deels bepalen hoe je je gedraagt in nieuwe situaties, met nieuwe *significant others*. Uit deze patronen te breken blijkt voor veel mensen lastig – vandaar dat er een florerende therapietak gewijd is aan afrekenen met dit soort zogeheten interactiepatronen, middels *emotion focused therapy* (*EFT*), familieopstellingen, transactionele analyse, EMDR, een heel scala aan trajecten met coaches en healers, al dan niet in combinatie met geestverruimende middelen.

Uit eigen ervaring weet ik inmiddels dat er ook simpeler manieren zijn om met dit soort patronen te breken. Althans, één simpeler manier. Om te breken met één patroon. Toen het s-woord zich weer op begon te dringen, raakte ik lichtelijk in paniek. Ik wilde dolgraag elke dag bij mijn geliefde zijn, liefst ook elke nacht, maar had absoluut geen zin in een nieuwe arena voor huilerige discussies over wat een normale bedtijd is, krampachtige iPad-concessies (een extra klein scherm, op de laagste helderheidsstand, in de uiterste hoek van het bed – dan nóg houden die incestueuze draken me wakker) en voor de zoveelste keer uitleggen dat vroeg wakker worden voor mij geen keuze is maar een kwestie van genetische voorprogrammering.

Toen we op zoek gingen naar een gezamenlijk huis, klikte ik in de zoekfilter in plaats van één slaapkamer de optie aan voor twee stuks. Ik zag geen andere mogelijkheid – te vaak was ik na het betrekken van een romantisch gezamenlijk ingericht huis veranderd in een dystopisch soort Assepoester: overdag mentaal gezien redelijk normaal, rondom bedtijd totaal psychotisch. 'Dit is beter voor iedereen,' verzekerde ik mijn geliefde. Ik kleedde mijn voorstel aan met historisch onderzoek waaruit blijkt dat stellen pas rond de industriële revolutie bij elkaar in bed zijn gaan slapen – omdat ze toen in steden moesten gaan wonen, waar minder woonruimte was. In één adem door vertelde ik verder dat Gwyneth Paltrow ook apart schijnt te slapen, net als de Beckhams – terwijl ik eigenlijk ook niet wist of dat nou per se een aanbeveling was.

VEEL LEUKERE PARTNER

Lang verhaal kort: het werkt. De constructie is nu zo dat we samen slapen als het kan – als we allebei vroeg naar bed willen, dus – en anders in aparte kamers, met de deuren dicht. Omdat ik nooit meer gestoord word in mijn neurotische slaapregime, ben ik altijd een uitgeruste versie van mezelf – en daarmee een veel leukere partner. Mijn geliefde hoeft op zijn beurt niet te kampen met mijn rigide geen-lampen, geen-schermen, niet-praten-beleid en kan naar hartenlust podcasts luisteren of filmpjes kijken als hij laat thuiskomt na een avond werken in zijn restaurant.

Het nadeel is dat er weken zijn waarin die dichte deuren doorevolueren tot vrijwel totaal gescheiden werelden. Er zijn weken waarop we elkaar één of twee keer een kwartiertje kunnen spreken op een moment dat we toevallig allebei thuis zijn; dagen waarop onze communicatie bestaat uit een paar appjes, misschien een belletje van drie minuten. In zo'n periode denk ik terug aan de nachten waarop ik om twee uur 's nachts panisch de uren lag af te tellen tot ik uit mezelf wakker zou worden, terwijl op een scherm naast mij de *Red Wedding* zich voltrok – en weet ik beter dan er echt rouwig om te zijn.

Slaaponderzoekers brengen momenteel het ene na het andere onderzoek uit waaruit blijkt dat (soms) apart slapen voor veel stellen beter werkt dan altijd samen. Toch lijkt gescheiden slapen nog grotendeels taboe. Uit onderzoek van *EenVandaag* onder 15.000 stellen bleek vorig jaar dat 59 procent van hen het 'abnormaal' vindt om niet in hetzelfde bed te slapen.

Apart willen slapen betekende deels afscheid moeten nemen van het romantische ideaal van elke nacht doorbrengen in de armen van mijn partner. En het proactief omarmen van wie ik ten diepste ben: iemand die dol is op gezelligheid, maar ook dol op stilte, naar huis gaan, de deur dicht en telefoon op stil. Apart willen slapen betekende, met andere woorden: omarmen dat ik een ontzettende neuroot ben.

Vond je het erg, vroeg ik, toen mijn geliefde de eerste nacht op zijn aparte kamer had doorgebracht. Hoe bedoel je erg, vroeg hij. 'Ik heb gewoon geslapen.' Hij keek me aan met de onverstoorbare rust van iemand die nooit last heeft van slaapproblemen. De onverstoorbare rust die mij in eerdere levens ongelofelijk had geïrriteerd (niets zo vervelend immers als een doorwaakte nacht terwijl iemand naast je acht uur lang nergens last van lijkt te hebben). De onverstoorbare rust die me op vroeger ochtenden na weer een nacht onverhoopt doorhalen meteen op de kast had gekregen. De onverstoorbare rust die ik nu zelf eindelijk leerde kennen. ■

Publicist en podcastmaker Doortje Smithuijsen (34) schrijft in de serie *Modern Love* over liefde, vriendschap en relaties in al hun facetten.

IK KIES VRIJWEL ALTIJD PARTNERS UIT DIE EEN NACHTELIJK BESTAAN LEIDEN. DAT LEIDT TOT DE NODIGE SPANNINGEN, OM NIET TE ZEGGEN: MICRO-TRAGEDIES

I LIKE TO MOVE IT, MOVE IT

Mooie sportzomer voor de deur? *Say no more.* Wij duiken maar wat graag in onze *athletic era* om *sports ready* de deur uit te gaan. Potje padellen, *anyone*?

productie IONA ANTONIE, CHARLIE DOT, JERSEY-JENNA VAN DEN END, LINDA GÜMÜS GERRITSEN, ZOÉ ZINDZI VAN HALEN

LOEWE

1

2

3

4

5

6

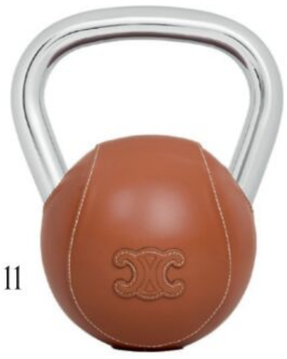
7

8

9

10

11



12

13

14

15

PRIMARY COOL

1 *Polyamide sportbeha* AMERICAN VINTAGE € 55. 2 *Polyamide sportlegging* AMERICAN VINTAGE € 70. 3 *Highlighter* WESTMAN ATELIER € 52. 4 *Leren Mini Amazona-tas* LOEWE € 2400. 5 *Polyester sportlegging* ALO € 138. 6 *Nylon pullover* ALO € 128. 7 *Nylon-spandexmix sportbeha* KITH € 125. 8 *Polyamide windjas* ARKET € 99. 9 *Acetaat zonnebril* MIU MIU € 310. 10 *Gezichtsserum* REOME € 105. 11 *Leren kettlebell* CELINE € 2500. 12 *Leren sneakers met mesh en suède* H&M STUDIO € 90. 13 *Polyester shorts* LOVE STORIES € 80. 14 *Katoenen joggingbroek* DYO € 215. 15 *Polyester Short Tracker-jas* WELTER SHELTER € 250.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

*MATCH*POINTS

1 *Sneakers met gelzool* ASICS € 190. 2 *Roestvrijstalen clutchfles* STANLEY € 75. 3 *Polyester pet* LACOSTE € 70. 4 *Organisch katoenmix jack* RÓHE € 695. 5 *Katoenen sweater* LOVE STORIES € 150. 6 *Poeder Les Beiges* CHANEL € 58. 7 *Padelracket* GOLDBERGH € 199. 8 *Faux-leren minirok* GUESS € 140. 9 *Polyamide Dorata-rokje* GOLDBERGH € 139. 10 *Leren tasbedel* DIOR € 500. 11 *Kunststof haarkam* ORIBE € 60. 12 *Katoenen sweater* SPORTY & RICH € 190. 13 *Houten strandrackets* CELINE € 990. 14 *Bodywash Bal d'Afrique* BYREDO € 46. 15 *Katoenen T-shirt Roland Garros-editie* LACOSTE € 90. 16 *Glazing mist* RHODE € 28.

LACOSTE

CFCL

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

SOFT FOCUS

1 *Parfum Fleur de Peau* DIPTYQUE € 180. 2 *Katoenen sweater* ARKET € 69. 3 *Lenya-yogamat* BOLIA € 80. 4 *Katoenen Messhu-top* AIAYU € 55. 5 *Polyamidemix sportbeha* ARKET € 35. 6 *Polyamidemix sportbroekje* ARKET € 29. 7 *Leren Tabi-ballerina's* MAISON MARGIELA € 850. 8 *Cropped gebreide wollen trui* ERNEST LEOTY € 195. 9 *Polyamide body* FILIPPA K € 90. 10 *Titanium Edition 1-zonnebril* JIL SANDER x OLIVER PEOPLES € 680. 11 *Gelaagde katoenen sokken* H&M € 30. 12 *Geurkaars Palo Santo 14* LE LABO € 75. 13 *Slippers Tradi 2.0* HAVAIANAS € 30. 14 *Katoenen boxershorts* LOVE STORIES € 50. 15 *Kasjmieren boothalsshirt* HUNKEMÖLLER € 29.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

OFFTRAIL

1 *Sneakers met gelzool* ASICS € 190. 2 *Polyamide hikebroek* ARKET € 99. 3 *Acetaat zonnebril met Howl D-frame* YVES SAINT LAURENT € 410. 4 *Polyamide windjas* ARKET € 99. 5 *Hojicha matcha-poeder* MEGAMI € 20. 6 *Katoenen sokken* AIAYU € 25. 7 *Nylon schoudertas* PRADA € 1900. 8 *Telefoonhoesje met koord* ATELJÉ € 65. 9 *Polyester afritsbroek* MAIUM € 175. 10 *Polyester sportbeha* KITH € 115. 11 *Nylon jas* THE NORTH FACE x CECILIE BAHNSEN € 750. 12 *Core-supplement* KEANTO € 42. 13 *Leren sneakers* LOEWE € 1800. 14 *Reistas* THE NORTH FACE x CECILIE BAHNSEN € 350.

CECILIE BAHNSEN

35%
KORTING
OP EEN
JAAR LANG
VOGUE

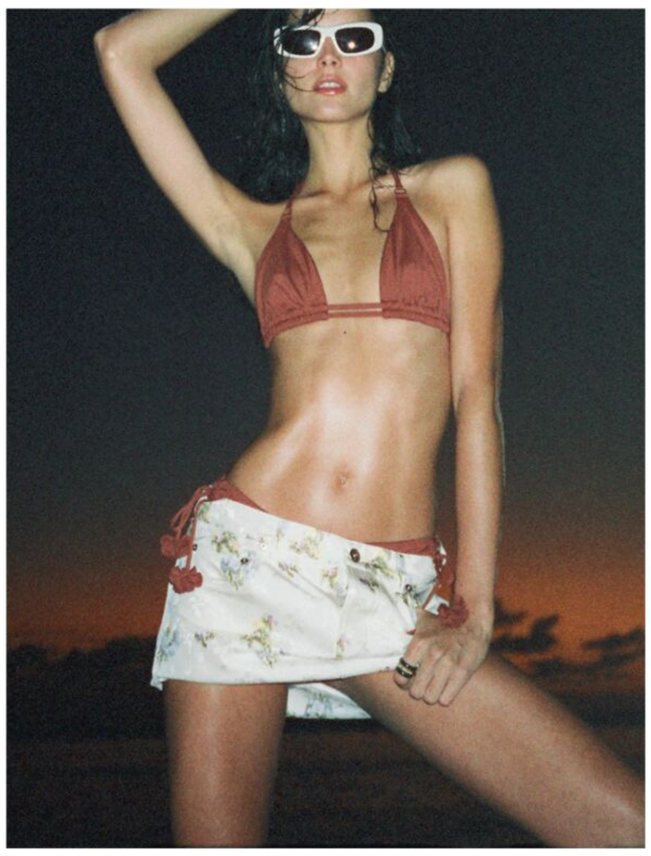
KATE BELLM, LAUNCHMETRICS / SPOTLIGHT

superdeal

10x VOGUE NL

voor slechts

i.p.v. €99,90 **€64,90**



Scan de QR-code of ga naar vogue-shop.nl

Deze aanbieding is geldig in Nederland en België tot 31 december 2026. Het abonnement geldt tot wederopzegging. Prijswijzigingen, druk- en zetfouten voorbehouden.

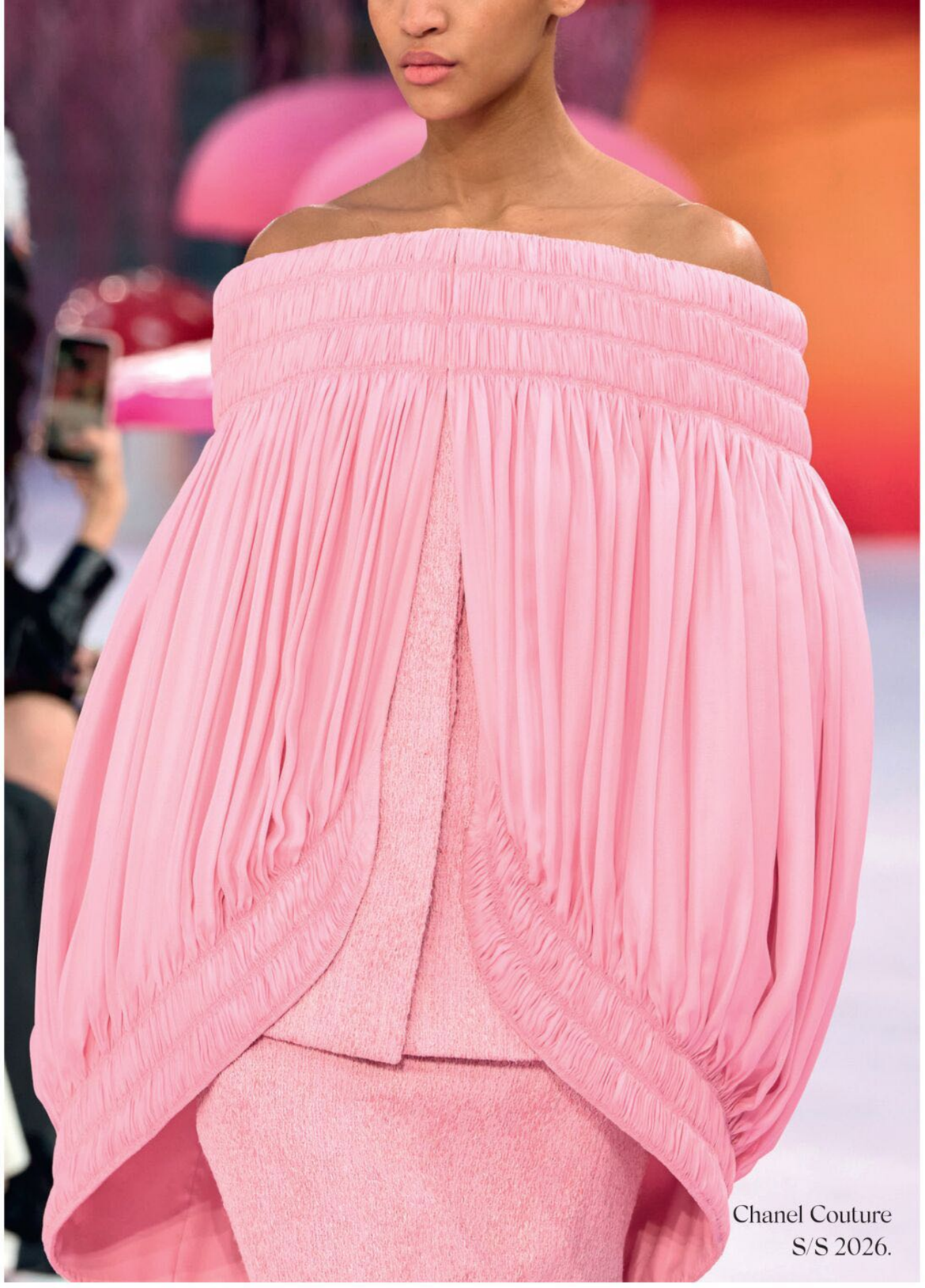
Chanel Couture S/S 2026,
in het Grand Palais.

LET'S TALK COUTURE

We móéten het hebben over het meest spraakmakende haute-coutureseizoen in de recente geschiedenis, Spring/Summer 2026. Met twee Grote Designer Debuten bij Chanel en Dior, de eerste Armani-show zonder wijlen Giorgio Armani en kippenvel bij Valentino en Schiaparelli.

tekst STEPHANIE BROEK

Een Chanel 11.12-tas, van zijden mousseline met erin een geborduurde liefdesbrief.



Chanel Couture S/S 2026.

In de mode zal in plaats van de eeuwtelling BC (*Before Christ*) voortaan worden gerefereerd aan BM, Before Matthieu (Blazy, artistic director van Chanel). Sinds het aantreden van de Belgisch-Franse ontwerper vorig jaar bij het modehuis is zijn impact ongekend groot. Zowel critici als het grote publiek zijn lovend en ondanks hoge inflatie en geopolitieke onzekerheid was zijn eerste prêt-à-portercollectie in maart wereldwijd in no time uitverkocht.

Zijn eerste couturecollectie voor het huis deed minstens zo veel stof opwaaien. Of beter gezegd: het discours ging over de lichtheid ervan. Blazy dook de archieven in en onderzocht wat Chanel tot Chanel maakt, wat de essentie van het huis is. 'Haute couture is de ziel van Chanel – het is het fundament en de ultieme expressie van het huis. Dit zijn kledingstukken die evenzeer over de drager als over de ontwerper gaan. Als de kleding wordt gedragen, ontstaat het verhaal: een eigen narratief met emotionele lading, als een canvas voor de vrouw die haar draagt.'

Deze emotionele wisselwerking tussen maker en drager, de essentie van haute couture, bracht hij tot uiting in een radicale lichtheid. De coutureshow vond plaats in een onherkenbaar Grand Palais, waar een poëtisch decor van gigantische kleurrijke paddenstoelen en roze bomen was opgetrokken. De openingslook bestond uit het Chanel-pak in zijn puurste vorm, volledig vervaardigd uit transparante lagen zijden mousseline in zachte tinten. Aan de arm van model Stephanie Cavalli vloog een vederlichte 11.12-tas mee, eveneens van zijden mousseline, waarin zich, zo bleek later, een delicaat geborduurde liefdesbrief bevond. Een verwijzing naar Gabrielle Chanel, die bij het bedenken van de inmiddels iconische 2.55-tas een geheim vakje in de binnenflap creëerde, bedoeld voor liefdesbrieven. Blazy's *love letter* was zowel een ode aan het vakmanschap en de constructie van haute couture als een letterlijke liefdesbrief.

Naarmate de show vorderde, voltrok zich een metamorfose waarin de vrouwen langzaam transformeerden in vogels, elk uniek in vorm en verschijning. Van ravenzwarte silhouetten tot een extravagante roze lepelaar en een gekuifde kaketoe, met verentooi ontstaan uit borduurwerk, lagen plissé en weefsels, waarbij de veer vaak werd gesuggereerd maar zelden letterlijk werd gebruikt. 'Ik ben geïnteresseerd in vogels, omdat ze vrij zijn, reizen en overal vandaan komen. Ik vind het een mooie metafoor voor vrouwen van vandaag,' aldus Blazy tegen *Vogue Business*. ›

DIOR

Het tweede belangrijke couturedebuut was dat van Jonathan Anderson voor Dior. Voorafgaand aan de show in het Musée Rodin hielden genodigden collectief de adem in, aangezien Anderson zich voor het eerst in zijn carrière aan couture waagde. In totaal zal de Noord-Ierse ontwerper jaarlijks tien (!) collecties voor Dior presenteren: vier mannencollecties (twee regulier en twee pre-collecties), vier vrouwencollecties (twee prêt-à-porter en twee pre-collecties) en twee couturecollecties. Inspiratie kwam van een van zijn voorgangers bij Dior, John Galliano. Anderson nodigde de Britse ontwerper als een van de eersten uit voor een preview van zijn vrouwencollectie, voorafgaand aan het debuut in september. 'John kwam *very kindly* aan met twee boeketjes cyclamen, vastgebonden met zwarte zijden linten, en een tas vol gebak en snoep van Tesco voor het team,' schreef Anderson op Instagram. Dit bijzondere geschenk vormde het startpunt van zijn Spring/Summer-2026-couturecollectie voor Dior. Toepasselijk, want bij Dior fungeren bloemen niet alleen als terugkerende elementen, maar ook als een visuele erfenis, geworteld in de liefde voor tuinieren van oprichter Christian Dior. Deze passie ontstond in zijn ouderlijk huis, Villa Les Rhumbs in Normandië, waar zijn moeder Madeleine een weelderige rozentuin onderhield. Zijn liefde voor tuinieren kwam echter pas echt tot bloei in zijn geliefde landhuis, Château de La Colle Noire, vlak bij Grasse.

Grootse silhouetten

'In het nabootsen van de natuur schuilt altijd een les,' schreef Anderson in de *shownotes*. 'Ze biedt geen vaste conclusies, maar systemen in voortdurende beweging, evoluerend, aanpassend, voortbestaand. Haute couture volgt dezelfde logica.' De collectie die volgde, was als een wunderkammer van ideeën. Ze begon met een silhouet geïnspireerd op de gebogen vorm van een vaas van keramist Magdalene Odundo, met wie Anderson vaker samenwerkt. Haar werk inspireerde dit keer de drie ballonvormige jurken in zwart, wit en oranje waarmee hij de show opende: grootse silhouetten, maar gemaakt van ultralichte zijde en draad, die leken te zweven over het plankier. De collectie vormde ook een dialoog met het verleden. Zwierige, *bias-cut* robes deden ›

GEÏNSPIREERD DOOR DE NATUUR ONTVOUWDEN DE DIOR-LOOKS ZICH ALS SCULPTURALE WONDEREN

DIOR

Dior Couture S/S 2026.

Valentino Couture S/S 2026:
genodigden moesten door kijkgaten
naar de ontwerpen kijken.

VALENTINO

VALENTINO

DE OPENINGSJURK WAS ROOD; GARAVANI'S FAVORIETE KLEUR, OOK WEL 'VALENTINO ROSSO' GENOEMD

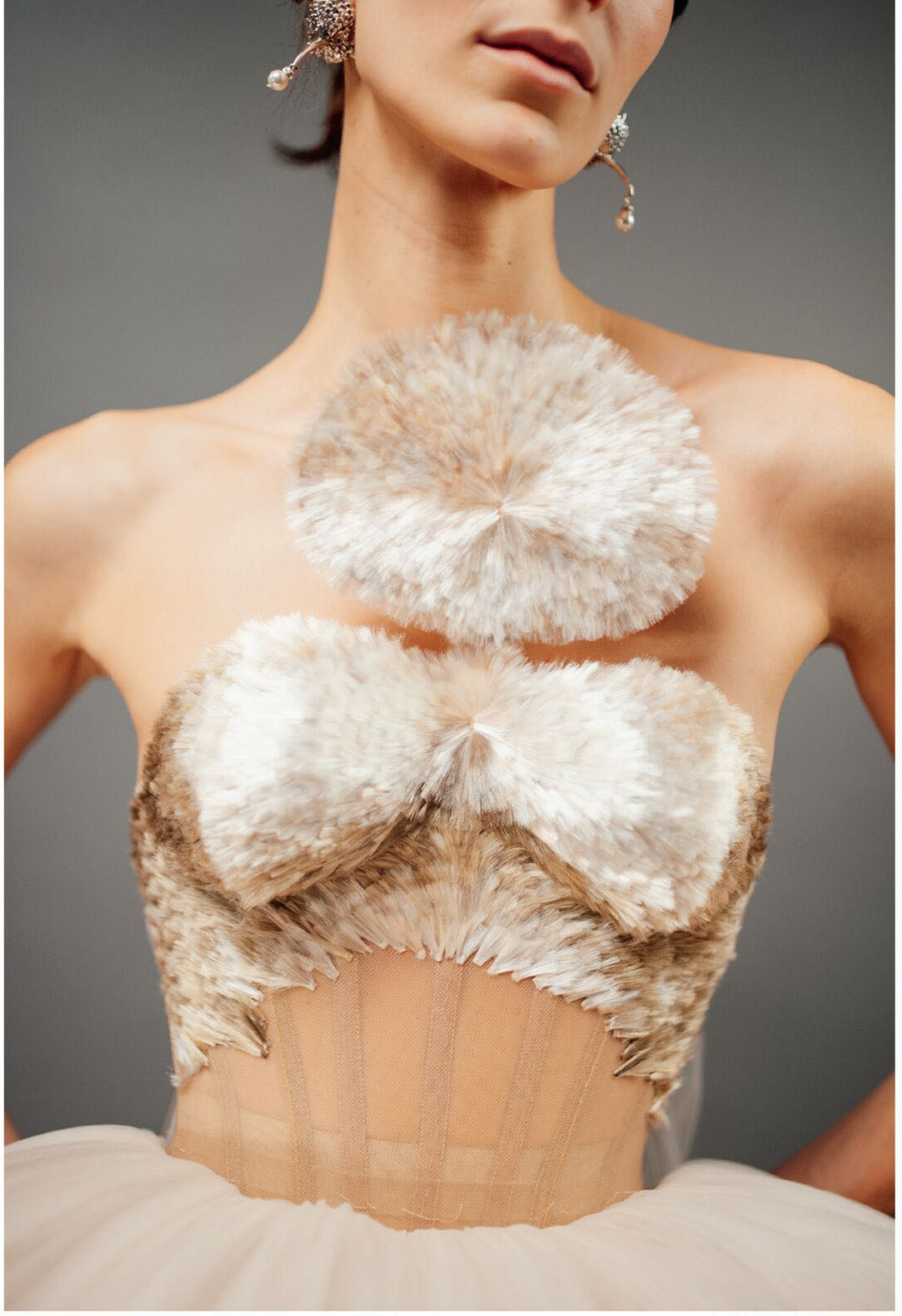
denken aan Galliano's kenmerkende silhouetten tijdens zijn tijd bij Dior, terwijl een gebeeldhouwde zwarte jas, die uitwaaierde bij de taille, leek te verwijzen naar Raf Simons' couturedebuut bij het modehuis (de Belgische ontwerper was creatief directeur van de vrouwencollectie van 2012 tot 2015).

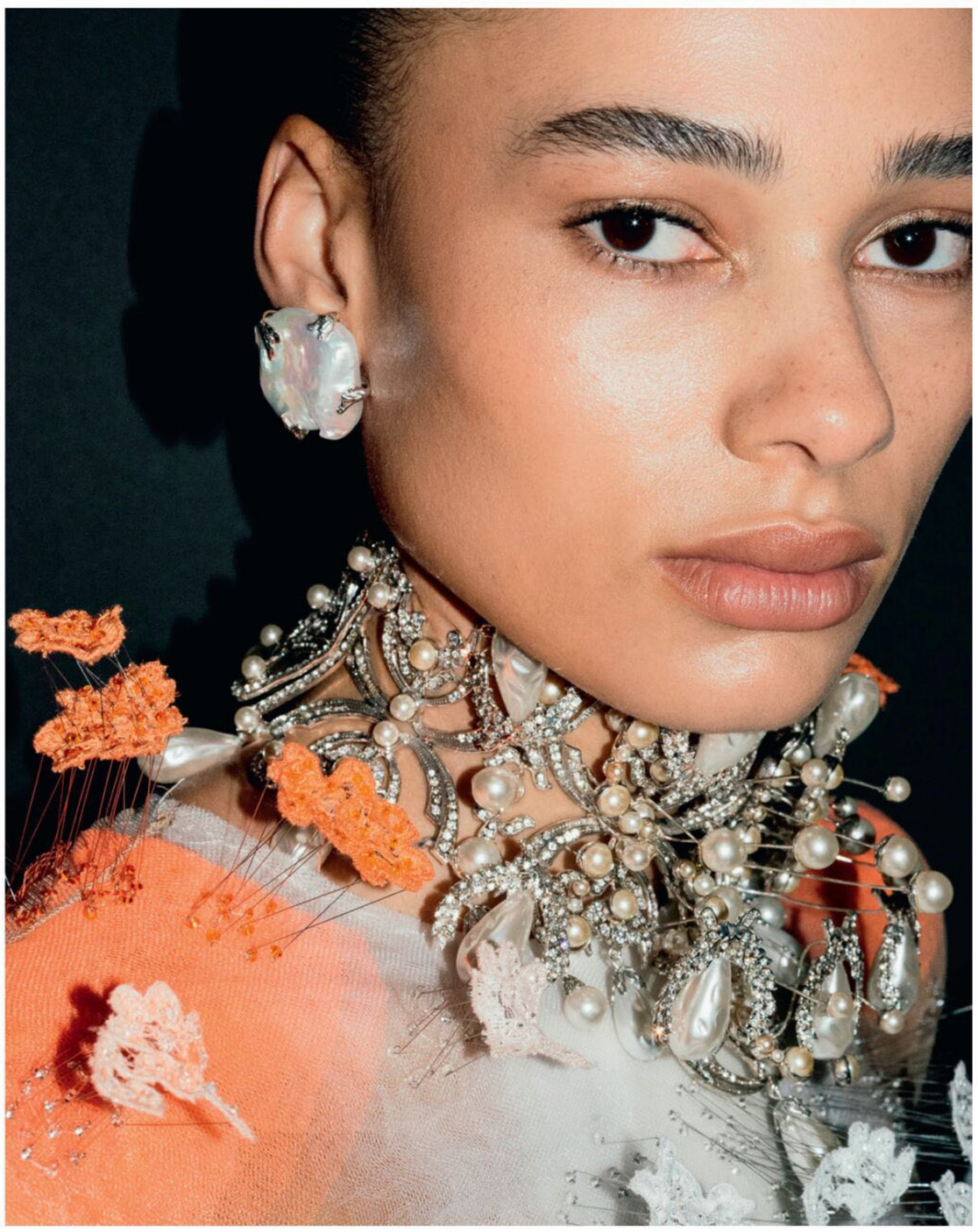
Tegelijkertijd voelden andere stukken onmiskenbaar als Andersons eigen signatuur: geïnspireerd door de natuur ontvouwden de looks zich als sculpturale wonderen. Uitlopende jurken waren opgebouwd uit delicate stukjes parelmoer, terwijl klokvormige tops zich om het lichaam vormden en bijna buitenaardse silhouetten creëerden. Het leverde de ontwerper een staande ovatie op, ook van John Galliano, die op de eerste rij zat.

Prachtig eerbetoon

Los van de spraakmakende debuten bij Chanel en Dior, stond er elders in Parijs nog een nieuwe ontwerper aan het roer: Silvana Armani, de nicht van wijlen Giorgio Armani, nam dit seizoen de leiding over, na meer dan veertig jaar aan de zijde van haar oom te hebben gewerkt. Afgelopen september overleed hij op 91-jarige leeftijd na een buitengewone carrière in de mode van vijftig jaar. Als hommage aan haar oom was deze collectie een voortzetting van zijn eerdere werk, van zwierige, met kristallen versierde jurken tot oosterse invloeden. Sterk geïnspireerd door Japan, want *signore* Armani beschouwde zijn ontwerpstijl als een dialoog tussen Oost en West. Ze noemde de collectie *Jade*, waarbij de edelsteen de inspiratie vormde voor het overwegend groene kleurenpalet.

Bij Valentino was er ook een ontroerend eerbetoon aan naamgever Valentino Garavani, die een week voor de show overleed op 93-jarige leeftijd. Hoewel de collectie al vóór zijn overlijden was voltooid, was deze zo nauw verbonden met de geest van de oprichter van het huis dat het geen beter eerbetoon kon zijn. Denk aan het uitgesproken rood van de openingsjurk, Garavani's favoriete kleur, zo alomtegenwoordig in zijn collecties dat het '*Valentino Rosso*' wordt genoemd. In een brief die aan de showgasten werd uitgedeeld, schreef creatief directeur Alessandro Michele over zijn bewondering voor Garavani's radicale, geduldige aandacht voor lichamen en vormen. 'Wat we vandaag doen, vindt plaats binnen een geschiedenis die niet door ons is geschreven, in een huis dat al lang bewoond is, rijk aan ›





ALIOCHA WALLON, KUBA DABROWSKI

Behind the scenes bij Schiaparelli Couture S/S 2026.

Links Details van de Schiaparelli S/S 2026-couturecollectie. Midden boven de jurk die Emily Blunt droeg bij de wereldpremière van *The Devil Wears Prada 2* in New York, in april.

sporen en gebaren. Werken binnen deze ruimte betekent zowel de zwaarte als de elegantie ervan accepteren. Het betekent erkennen dat elke vorm alleen bestaat in relatie tot wat haar mogelijk heeft gemaakt, dat elke creatieve daad ook een daad van zorg is.'

Wat Garavani en Michele gemeen hebben, is een liefde voor theater, die niet alleen in de over-de-top-collectie zichtbaar was, maar ook in het decor. In plaats van een reguliere catwalk waren er meerdere cirkelvormige ruimtes waar de modellen naar binnen stapten. Gasten keken door een reeks kijkgaten, die aan het begin van de show door een butler werden geopend. Geïnspireerd op het achttiende-eeuwse *Kaiserpanorama*, bekend uit het werk van filosoof Walter Benjamin, en niet te verwarren met een ordinaire peepshow.

Fantasie najagen

Het is onmogelijk een couturereport te schrijven zonder Schiaparelli te noemen, want creative director Daniel Roseberry stelt nooit teleur. Voorafgaand aan de show richtte hij zich met een persoonlijke brief tot de gasten, waarin hij reflecteerde op wat haute couture voor hem betekent. 'Het stelt me in staat contact te maken met de hoopvolle tiener die ik ooit was, degene die besloot om niet de geneeskunde, de financiële wereld of de rechten in te gaan, maar die ene fantasie na te jagen die mode nog steeds kan bieden. Laat de rest van het jaar maar over de realiteit gaan, in de mode of elders. Maar niets is voor mij nu krachtiger of tijdlozer dan mijn verbeelding de vrije loop te laten … en, hopelijk ook die van jou. Couture is een uitnodiging. Stop met denken, zegt het je. Het is tijd om te voelen. Je hoeft alleen maar omhoog te kijken.' Dat is precies wat hij zelf in Rome deed, in oktober vorig jaar, waar hij voor een creatieve retraite naartoe reisde. Op een middag besloot hij spontaan een bezoek aan de Sixtijnse Kapel te regelen. Daar kreeg hij naar eigen zeggen een openbaring en besloot hij tijdens het ontwerpproces niet langer alleen na te denken over hoe iets eruit moest zien, maar over hoe hij en zijn team, de *petites mains* in het atelier, zich voelden tijdens het creëren. Er waren gebeeldhouwde tops die uitstaken als puntige hoorns of enorme schorpioenstaarten, scherpe, breedgeschouderde blazers versierd met verenpluimen die deden denken aan vogelvleugels (hoewel handmatig nagebootst, '*no birds were harmed in the making of these pieces*,' schreef Roseberry), en oogstrelende bustierjurken van tule opgebouwd als een millefeuille. Maar dan in stukken geknipt, en met zwevende panelen van organza voorzien van kleurverloop, geverfd als uitlopende inkt. Alleen al aan deze robe werd zo'n achtduizend uur handwerk besteed.

Het zijn shows waarvan je hoopt dat ze nooit eindigen en waarin geen pas langzaam genoeg is om elk detail volledig in je op te nemen. De gehele *Vogue*-redactie kijkt intussen alweer reikhalzend uit naar het volgende coutureseizoen, dat eind juni plaatsvindt in Parijs en waar opnieuw belangrijke debuten worden verwacht, waaronder dat van de Nederlandse Duran Lantink bij Jean Paul Gaultier. ■

ROSEBERRY WAS DUIDELIJK: 'LAAT DE REST VAN HET JAAR MAAR OVER DE REALITEIT GAAN, NU IS HET TIJD OM TE VOELEN'

ALIOCHA WALLON

Schiaparelli Couture S/S 2026.

‘EEN TASSENLABEL RUNNEN IS TOPSPORT’

Elza Wandler schopte het met haar tassenlabel Wandler tot de top 500 van *The Business of Fashion*. In acht jaar tijd bouwde ze een internationaal merk op, met inmiddels iconische ontwerpen als de *Hortensia*. Pittig, dat zeker, maar ook *rewarding* op alle vlakken. ‘Een business runnen is als een achtbaan. Maar na een ritje denk je altijd: *let’s go again*.’ *interview* STEPHANIE BROEK

JOANNA RADOMSKA

Elza Wandler met
haar *Veneto*-tas.

Elza Wandler in de fabriek met haar *Penelope Slouch Bag* in *Acai Crust*.

ANDREA VENTURINI

S/S 2026: de *Veneto Shoulder Bag* in *Palissander Glaze*.

Beeld voor de S/S 2026-cam pagne: kunstwerk *Pure no. 08* van Floor Merjenburgh.

MAONA MICOUD

Uit de Pre-Spring 2026-campagne, de *Penelope Tote* in *Palissander Suede*.

CASPER VAN DER LINDEN

MAONA MICOUD. KUNSTWERK FLOOR MERJENBURGH

Flashback naar 2017. In Londen presenteert de Nederlandse Elza Wandler (39) in een appartement vol designmeubels, dat een kennis haar als vriendendienst heeft uitgeleend, haar eerste collectie aan de belangrijkste inkopers van dat moment. Haar Limburgse oma steekt kaarsen aan in de kerk, haar moeder mediteert voor geluk. Onder meer Net-A-Porter en Browns schrijven ter plekke hun orders. Onvoorstelbaar maar waar: amper drie maanden eerder, in juli, was er alleen nog een idee. Elza klopte aan bij Bart Ramakers van modeagentschap Parrot, in de hoop dat hij haar kon helpen een tassenlabel op te zetten. Drie keer stuurde hij haar naar huis met de boodschap haar idee aan te scherpen en enkele dagen later terug te komen. Ze schrapte de zwarte tassen uit de collectie en zette volledig in op kleur: appeltjesgroen, roze en geel. Uitgesproken kleuren die nog altijd onderdeel zijn van het design-DNA van Wandler. Met papier en klei maakte ze een prototype. 'Ik ben niet zo goed in patronen, al kan ik er wel in dromen. De ideeën ontstaan vaak vlak voordat ik in slaap val. Dan zie ik de vorm voor me. Mijn eerste idee was een ronde tas met een klep, met vleugels in de hoeken. Op een avond zag ik ineens dat die hoeken scherper moesten zijn.'

Zo ontstond de *Hortensia*. Toen ze het ontwerp voor de vierde keer aan Ramakers presenteerde, was hij overtuigd. Hoe snel kon ze een samplecollectie maken? Het was juli 2018, en in september zouden ze tijdens London Fashion Week presenteren. Het leek onmogelijk, maar het lukte. Ze vloog naar Italië en klopte bij fabrieken aan met de vraag of ze binnen een week een collectie voor haar konden produceren. Daarna volgde de volgende uitdaging: een campagneshoot. Via Instagram benaderde ze Georgia Tal, destijds stylist bij de Italiaanse *Vogue*, en haar partner, fotograaf Leonardo Scotti. Ze ontmoetten elkaar bij het Gardameer en reden, low budget, met de tassen in de kofferbak langs verschillende locaties. De volgende dag vloog ze door naar Londen voor de inkoopafspraken. 'Ik herinner me dat ik de avond ervoor zenuwachtig door websites scrolde en me realiseerde dat er helemaal geen ronde tassen waren. Ik dacht: misschien zit ik er compleet naast. Achteraf was dat juist goed. Ik kwam met iets nieuws.'

Het moment viel samen met het einde van Phoebe Philo's tijd bij Céline, waarin een ingetogen, intellectuele esthetiek de toon zette: minimalistisch, functioneel en terughoudend in kleur, met sporadisch een uitgesproken accent. Wandlers tassen sloten naadloos aan bij dat tijdsbeeld, maar voegden er een eigen signatuur aan toe: sculpturale vormen, strakke lijnen en een gedurfd kleurgebruik dat ze vanaf het begin zelf ontwikkelde. 'Inkopers van grote onlineretailers zeiden destijds dat een tas een *lifespan* van twee jaar heeft en daarna verdwijnt. Inmiddels heeft de *Hortensia* een *lifespan* van acht jaar en is het nog altijd een van onze bestsellers.' In de jaren die volgden introduceerde Wandler meerdere succesvolle modellen, waaronder de *Penelope* en de *Ida*.

ELZA'S UNIVERSUM

Vogue ontmoet Elza in haar atelier in Amsterdam-West, gevestigd in een voormalige galerie. Het eerste wat opvalt ›

'ZE ZEIDEN DAT EEN TAS EEN LIFESPAN VAN TWEE JAAR HEEFT. DIE VAN DE *HORTENSIA* STAAT OP ACHT'

Uit de S/S-2026-campagne: de *Hortensia Bag Piccola* in *Saddle*. Kandelaar *Put it online now* is van Willem van Hooff.

MAONA MICOUD

MAONA MICOUD

Uit de S/S-2026-campagne: de *Penelope Tote Bag* in *Black Crust*.

‘DOOR DYSLEXIE HEB IK ME ALS KIND LANG DOM GEVOELD. TERWIJL IK DAT HELEMAAL NIET BEN’

aan Elza Wandler is haar natuurlijke rode bob, die vandaag fel afsteekt tegen een roze gestreept overhemd en bijpassende eyeliner. Als tiener verfde ze er nog blonde plukken doorheen, inmiddels gebruikt ze alleen af en toe een toner om de kleur meer diepte te geven. ‘Mijn moeder heeft het mooiste rood, heel diep oranje. Bij rood haar wordt de kleur na verloop van tijd wat valer, niet zozeer grijs, maar minder fel. Ik ben nog steeds echt rood, maar iets ingetogener, dus maakt mijn kapper de kleur weer iets intenser.’

Op deze plek bevinden zich haar atelier en het onlangs geopende Kamer, een galerieruimte waarvoor ze hedendaagse kunstenaars en ontwerpers die haar inspireren uitnodigt om het universum van Wandler tijdelijk uit te breiden. Voor de eerste editie creëerde Jonas Lutz een installatie van houten volumes in verschillende formaten en soorten, waarop de tassen rusten als objecten in een open kast, naast sculpturale leren loungestoelen van Mariekke Jansen, gevuld met Nederlandse wol. Haar dwergpoedels, Ben en Dries – nee, niet vernoemd naar Dries Van Noten: ‘Dries zag er gewoon uit als een Dries’ – volgen haar onafgebroken. Tijdens het twee uur durende gesprek wijken ze alleen van haar zijde als een pakketbezorger zich meldt of een onverwacht geluid uit het grenzende kantoor hun aandacht trekt. Hoewel ze de honden samen met haar man Joost Doeswijk heeft, die ook voor Wandler werkt, is het overduidelijk wie zij als hun baasje beschouwen.

Ook onmiskenbaar Elza: haar charmante Limburgse accent. Ze werd geboren in Landgraaf en verhuisde op haar zevende naar Posterholt. Haar vader werkte als mindfulnesstrainer en had een aikidoschool aan huis, haar moeder was basisschoollerares. Boodschappen deed het gezin bij biologische lokale boeren. ‘Mijn moeder wist precies welke boeren in de buurt hun groentes niet bespoten. In Roermond zat ook een biowinkel, dus daar fietsen we in het weekend naartoe. Met die normen en waarden ben ik opgevoed. In de buurt was ik het kind met het houten lollystokje. Mijn ouderlijk huis staat nog altijd vol met houten kasten die door mijn moeder in felle kleuren zijn geschilderd. Op sommige staan ook woorden als ‘energie’. Mijn vader is kleurenblind, dus die heeft er niet zo veel last van.’

PRESTATIEDRANG

Allesbehalve doorsnee was haar opvoeding. Van huis uit werd ze niet gestuurd richting het hoogst haalbare, maar aangemoedigd te ontdekken wat haar gelukkig maakte. School ging haar minder goed af door dyslexie. ‘Als kind heb ik me lang dom gevoeld. Terwijl ik later ontdekte dat ik dat helemaal niet ben. Ik begrijp geen wiskundeboek en talen leren gaat niet makkelijk, maar dat betekent niet dat ik geen bedrijf kan runnen.’ Een werkstuk over heksen, volledig opgebouwd uit beelden en moodboards, werd destijds afgekeurd. ‘Achteraf denk ik daar nog weleens aan, want in feite is een beeldtaal creëren nu een onderdeel van mijn baan.’ Haar moeder stelde zelfs voor haar van school te halen en thuisonderwijs te geven. ‘Maar ik wilde blijven. Klaarblijkelijk heb ik daar als kind op gezegd: “Nee hoor, mam, zo leer ik met mensen omgaan.” Ik denk dat het ook een soort

prestatiedrang was. Hoewel ik niet uit een gezin kom waarin dat belangrijk was, ging ik zelf wel voor negens en tienen. Nu nog zeggen mijn ouders, al heb ik grote successen: "Super, maar ben je gelukkig?" Het gaat hen er niet om hoe ik geld verdien, al zou ik de straat poetsen. Voor hen geldt alleen hoe ik me voel.'

Wanneer het over Elza's carrière gaat, wordt vaak Amsterdam Fashion Institute (AMFI) aangehaald als het startpunt, maar zodra gevraagd wordt naar haar ervaring is ze resoluut. 'Ik heb daar geen goede ervaring gehad, waardoor het moeilijk is er iets positiefs over te zeggen. Ik hoop oprecht dat de opleiding inmiddels zo is veranderd dat studenten zich wel gehoord en veilig voelen.' Wel is ze lovend over haar tijd op het SintLucas, de vakopleiding voor creatief talent waar ze de vooropleiding Vormgeving en Productpresentatie deed. 'Daar heb ik voor het eerst echt mijn draai gevonden in een onderwijssysteem. Een fijne omgeving met leraren die me aanmoedigden het beste in mezelf naar boven te halen.'

Haar eerste baan was bij Levi's Made and Crafted, de toenmalige ready-to-wearlijn van het denimmerk. 'Een helende ervaring. Daar vond ik het plezier in mode terug. Ervaren collega's zeiden tijdens meetings in het bijzijn van de grote baas van Levi's: "Elza is met dit idee gekomen." De senior ontwerper onder wie ik werkte, een Amerikaanse, zei vaak: "*One day you will be my boss*."' In feite is ze nu daadwerkelijk de baas geworden, zij het van een andere collega. De hoofd salesmanager van Levi's is nu haar hoofd sales. De platte organisatie zoals Levi's indertijd was, heeft haar gevormd. 'Het is heel belangrijk dat iedereen een stem heeft. Een stagiaire kan een even goed idee hebben als een CEO op dat moment. Het zou toch zonde zijn als je dan niet luistert? Aan het eind van mijn stage bood het team me een vaste baan aan. Ik bleef vijf jaar, totdat er een reorganisatie kwam en ik de kans kreeg om mee te verhuizen naar San Francisco.'

VEERKRACHT

Ze sloeg het aanbod af en besloot het idee te verwezenlijken waarmee ze al langer speelde: een tassenmerk. Hoewel ze haar idee in amper drie maanden realiseerde, krijgt Elza nog altijd de kriebels als ze omschreven wordt als een *overnight success*. 'Dat is een illusie. Ik heb er keihard voor gewerkt. Mode is topsport. We bestaan nu bijna acht jaar en hebben ook veel moeilijke periodes gekend.' Ze doelt op de pandemie die tweeënhalf jaar na de start van Wandler uitbrak en waardoor de wereld op slot ging.

Twee jaar later, toen de economie weer op gang kwam, viel Rusland Oekraïne binnen. 'Rusland was een grote markt en die viel in een klap weg. Bovendien heeft de oorlog effect gehad op de maatschappij, doordat alle energieprijzen omhooggingen. Ik merkte het ook in mijn team, wij kochten allemaal even niks meer. Dan geef je je geld toch eerder uit aan een vakantie of weekend weg. In die periode heb ik een aantal mensen moeten laten gaan. Dat was moeilijk; ik voel een grote verantwoordelijkheid voor de mensen om me heen. Niet alleen mijn team, maar ook de fabriek. We zijn het grootste merk dat bij hen produceert en onze tegenslagen zijn ook tegenslagen voor hen. Deze industrie ›

'IK HOOP DAT HET AMFI INMIDDELS ZO IS VERANDERD DAT STUDENTEN ZICH WÉL VEILIG VOELEN'

NIKOLA LAMBUROV

F/W 25: de *Ida Bag* in *Grape*.

JOOST DOESWIJK

‘IK EEN *OVERNIGHT SUCCESS?* DAT IS EEN ILLUSIE. IK HEB ER KEIHARD VOOR GEWERKT’

dwingt je om veerkrachtig te zijn. Het hebben van een business is als een ritje in een achtbaan: het ene moment ga je omhoog en dan val je. Je hebt het naar je zin, maar je bent ook bang. En na dat ritje denk je toch weer opnieuw: *let’s go again.*’

Ook op persoonlijk vlak kreeg ze te maken met een grote tegenslag: in 2022 werd bij Elza long covid vastgesteld. ‘Ik heb een jaar in bed gelegen, ik kon amper lopen. Ik werkte vanuit mijn bed. Het tweede jaar ging iets beter, het derde weer iets beter. Nu ga ik mijn vierde jaar in en hoewel ik er nog steeds niet uit ben, gaat het goed.’ Ze heeft noodgedwongen geleerd haar grenzen te bewaken. ‘Ik ben niet iemand die vanzelf stopt, dus op een gegeven moment grijpt je lichaam in.’ Rust is essentieel geworden. ‘We gaan regelmatig een maand naar Ibiza, naar Sant Llorenç in het noorden, waar vrienden Ibiza Campo hebben, een finca midden in de natuur. Daar kom ik echt tot stilstand.’ Meditatie is inmiddels een vast onderdeel van haar dag. ‘Ik sta eerder op om te mediteren en begin de dag zonder telefoon. Geen Instagram, geen mails, niets. Overdag ga ik rond lunchtijd even naar huis om te rusten, met yoga en meditatie, en ’s avonds sluit ik zo ook af. Het is bijna mijn religie geworden, zo veel doet het voor mijn mentale en lichamelijke gezondheid.’

DRUKKER DAN OOIT

Ben en Dries veren op als Joost naar de deur loopt en zijn jas aantrekt. Zijn muts is, toevallig, ook roze. Zij is de creatieve, hij managet de zakelijke kant. Samenwerken heeft voordelen, er is blind vertrouwen, maar heeft ook een keerzijde, want ze nemen alles mee naar huis. Ondanks een leeftijdsverschil van dertien jaar werkt het. Gevraagd naar een recent interview waarin ze heeft aangegeven geen kinderen te willen, nuanceert ze dat. ‘Ik ben deze maand 39 geworden en voelde dat ik een beslissing moest nemen. Niet dat het niet meer kan, maar emotioneel moest ik een keuze maken. Natuurlijk zwanger worden is niet mogelijk voor ons, en na lang nadenken bleek een traject niet bij ons te passen. Als dit niet ons verhaal was geweest, had ik me misschien nooit afgevraagd of ik kinderen wilde. Ik had het waarschijnlijk gewoon gedaan. Nu voelt het, vreemd genoeg, alsof dit beter bij ons past.’ Tegelijkertijd staat ze open voor andere vormen van zorg. Voorlopig laat ze het rusten. ‘Mijn zus heeft twee dochters en toen de eerste werd geboren, besloot ik: ik word een heel betrokken en actieve tante.’

Hoewel ze een betere werk-privébalans heeft gevonden, is ze tegelijkertijd drukker dan ooit. Naast Wandler houdt Elza zich ook bezig met interieur-ontwerp. Haar eigen huis verscheen in maar liefst vijf edities van *Architectural Digest*, waarna de aanvragen binnenstroomden. ‘Ik heb net een tweede interieurklus afgerond, de inrichting van een huis. Een interieur doen voelt voor mij als vrij spel, omdat ik niemand hoef te pleasen behalve de mensen voor wie ik het maak.’ Uit die gedachte ontstond ook Kamer. ‘We hadden deze ruimte over en Joost stelde voor om die te verhuren. Ik dacht juist: wat als we er een galerieruimte van maken? Enerzijds vanuit ons netwerk van kunstenaars, maar ook omdat de Wandler-klant waarschijnlijk net zo goed op zoek is naar kunst voor thuis. Ik zie een tas als iets wat je koopt als verlengstuk van jezelf, iets waar je gelukkig van wordt. Dat geloof in schoonheid geldt voor alles: een ruimte, een tas, een object.’ ■

Elza Wandler en Luca Ballin, verantwoordelijk voor de *cutting department*, in de fabriek.

S/S-2026: de *Veneto Crossbody Bag* in *Orion Glaze*.

FOTOGRAFIE MAONA MICOUD, KUNSTWERK FLOOR MERJENBURGH

Elza Wandler met een *Hortensia Bag*.

De *Penelope Tote* in *Orion Suede*.

KATERINA BEZEDE

De Cos-store in Gangnam, Seoul.

BALANCE ACT

Rijk en licht. Transparant, maar nooit fragiel. Luxe, en *never* zwaar. Balans: Cos *knows a thing or two about it*. Editor in chief Linda Gümüs Gerritsen zag het bewijs hiervan in hun laatste collectie, op uitnodiging in Seoul.

Het is half drie 's nachts en ik lig klaarwakker. De jetlag is real, maar who cares, want ik verblijf in het Josun Palace in Gangnam, Seoul, op uitnodiging van Cos. Het hotel doet zijn naam eer aan: het is misschien wel het meest comfortabele en luxueuze hotel waar ik ooit heb gelogeerd, met brede gangen gevuld met kunst, en hoge ramen die uitkijken over een stad die blijft fascineren.

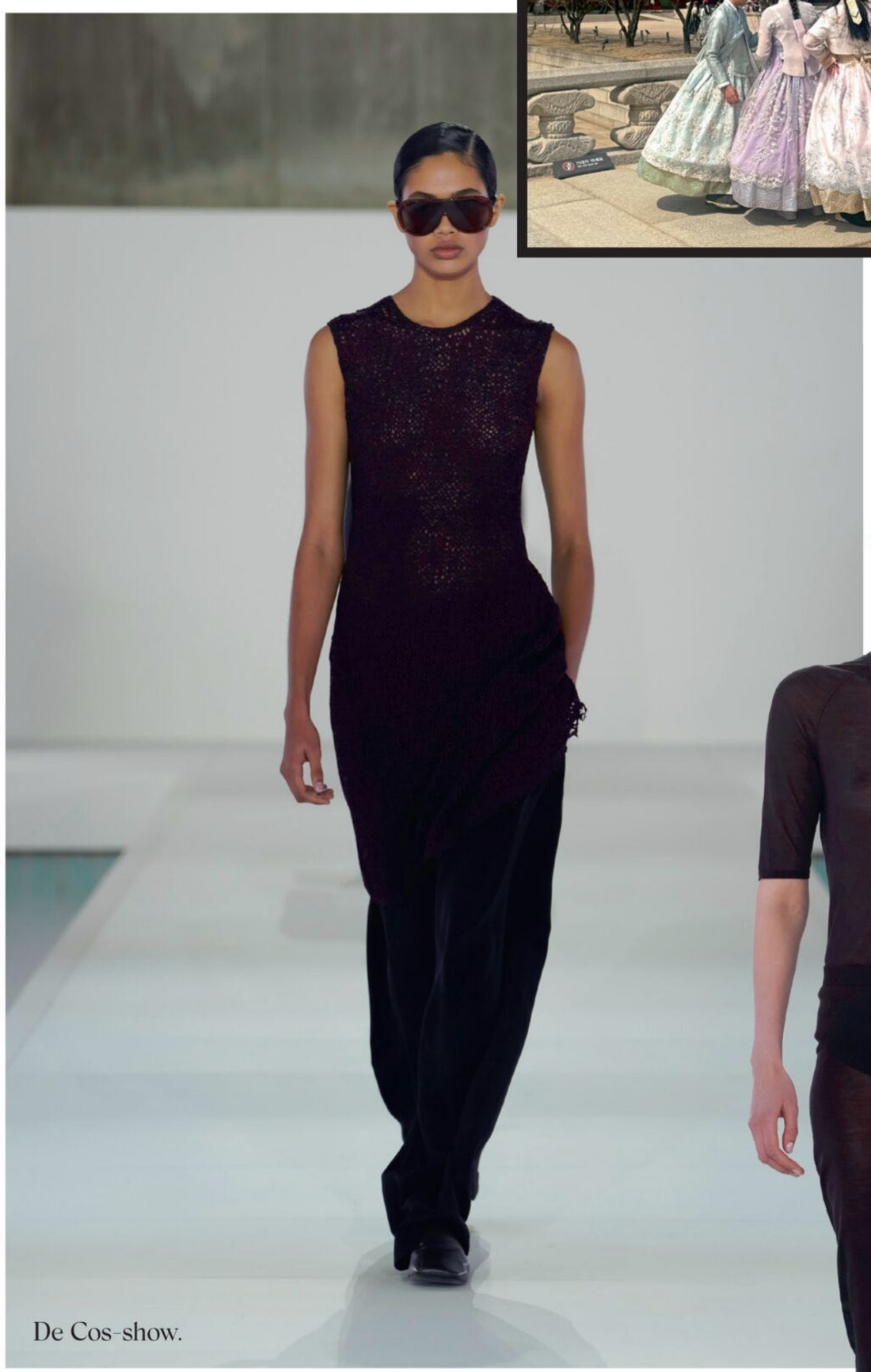
In de ochtend neem ik een kijkje in het oude Seoul. Brede avenues met futuristische architectuur vloeien over in smalle straatjes vol traditionele huizen. Kleine winkels, theehuisjes en klassieke eetplekken worden moeiteloos afgewisseld met designerstores. De avond brengt me naar een verborgen tuinbar, waar een dj draait en de cocktails rondgaan.

Nieuwe zachtheid

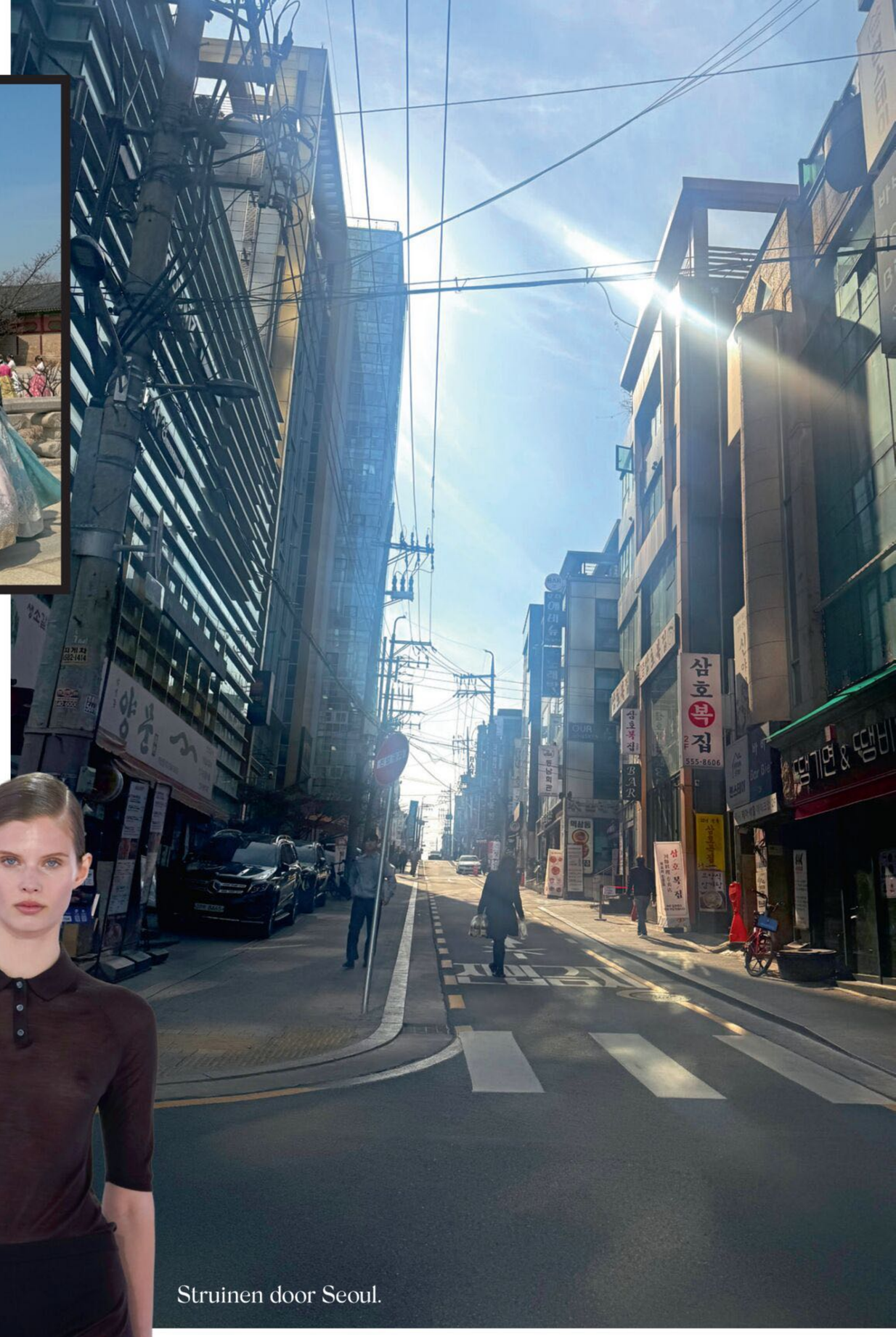
De volgende dag: showtime. Alle genodigden worden naar een verlaten zwembad gebracht, een locatie die meteen een sfeer oproept. Licht, mystiek, met veel pastelblauw, bijna dromerig. We nemen plaats langs de randen van het lege bad. Een zigzaggende catwalk snijdt door de ruimte, witte rook vult het zwembad. Elina, het covermodel van het *Vogue Wedding Issue*, opent de show, waarna de modellen elkaar in een vloeiend tempo opvolgen. Materialen zijn rijk maar licht, transparant zonder fragiel te worden. Eighties-silhouetten krijgen een nieuwe zachtheid: oversized tailoring in satijn en crêpe, gecombineerd met transparante jurken. Ook denim verschijnt onverwachts in een satijnen uitvoering, terwijl leer hier en daar een subtiele scherpte ›

De modellen liepen tijdens de show langs een leeg zwembad.

Vanaf mijn kamer in hotel Josun Palace had ik een geweldig uitzicht.



De Cos-show.



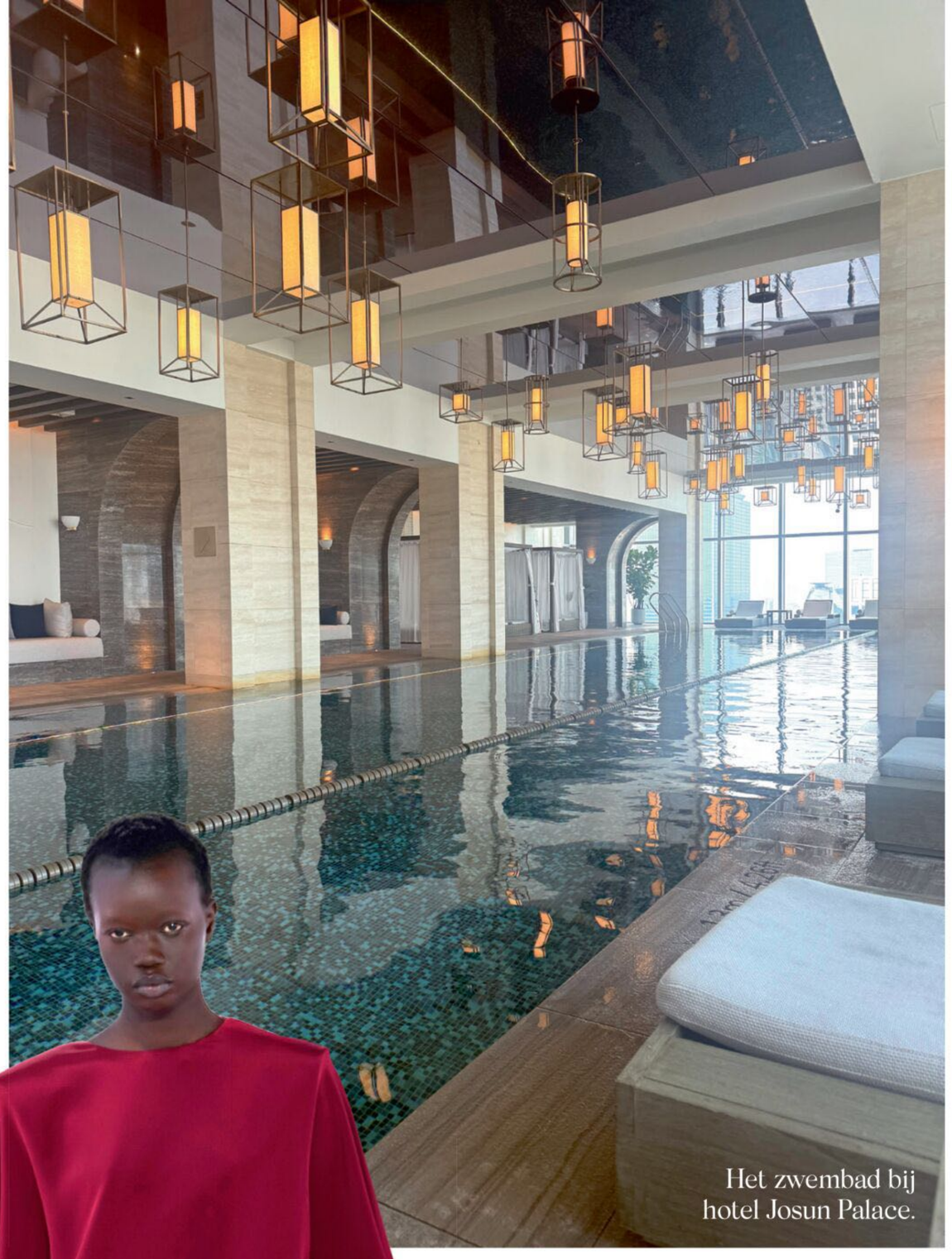
Struinen door Seoul.

toevoegt. Alles voelt luxe, maar nooit zwaar. De dag erna spreek ik design director Karin Gustafsson. Ze noemt de film *American Gigolo* als inspiratiebron en ineens vallen de referenties op hun plek. Het resultaat is een cleane, sensuele, bijna nonchalante collectie met een duidelijke ninties-twist. Bij Cos beginnen silhouet en materiaal altijd samen, en niets wordt toegevoegd zonder reden. Geen decoratie, geen overdaad, alleen wat noodzakelijk is. Plus: mode zoekt altijd naar vernieuwing, maar de moderne consument verlangt tegelijkertijd naar stukken die blijven. Cos begrijpt die balans.

Misschien is dat waarom ik de volgende dag de Cos-store binnenloop. Dat satijnen pak in de look en feel van denim blijft hangen. En het mooie is: wat hier op de catwalk verschijnt, hangt nu al in de rekken. Klaar om meegenomen te worden, de stad in. ■

Paleiscomplex
Gyeongbokgung.

De tuinen van paleis Gyeongbokgung.



Het zwembad bij hotel Josun Palace.

HARRY STYLES

De digitale wachtrij voor een kaartje voor zijn concerten deze maand in de Johan Cruijff Arena ontplofte zo'n beetje. Harry Styles is pas 32 en staat al de helft van zijn leven in de spotlights. In die zestien jaar lijkt hij de vloek van de boyband-ster te hebben getrotseerd en ook nog eens de kunst van het leiden van 'een normaal leven' onder de knie te hebben.

tekst STEFANIE BOTTELIER

STELLA BLACKMON

Tijdens *One Night in Manchester*, waar Styles ook zijn nieuwe album *Kiss All The Time. Disco, Occasionally* ten gehore bracht.

Love on Tour in Düsseldorf, 2023.

LLOYD WAKEFIELD

ANTHONY PHAM

Tijdens zijn 22 maanden durende *Love on Tour* in Pittsburgh, 2021.

ANTHONY PHAM

Voorafgaand aan de Grammy Awards in 2021. Styles won er drie: Beste Pop-uitvoering, Best Pop Vocal Album en Beste Videoclip.

In 2021 tijdens het creëren van zijn derde album, *Harry's House*. Op dit album staat onder andere de hit *As It Was*.

ANTHONY PHAM

Het was eigenlijk al onmiddellijk duidelijk op het moment dat de destijds zestienjarige Harry Styles in 2010 auditie deed voor de Britse versie van *The X Factor*: hier stond een ster. Niet per se direct vanwege zijn zangkwaliteiten: zijn versie van *Hey Soul Sister* van Train klonk niet helemaal vlekkeloos, al herstelde hij zichzelf met een a capella-versie van *Isn't She Lovely* van Stevie Wonder. Maar het was de charme van zijn persoonlijkheid en het gemak waarmee hij de stomme vragen van Simon Cowell over zijn zaterdagbaantje in een bakkerij beantwoordde (de *Viennese fancies* verkochten het best in zijn dorp Holmes Chapel) en de schattige wijze waarop hij toegaf dat hij auditie deed omdat zijn moeder vond dat hij zo goed kon zingen. En dan was er nog zijn uiterlijk: de warrige krullenbol, de kuiltjes in zijn wangen, zijn groene ogen en vooral, zoals ze het in Engeland omschrijven: zijn *cheeky grin*. Hoewel jurylid Louis Walsh nee zei tegen Harry, zagen Nicole Scherzinger en Simon Cowell het wel meteen: dit was een ruwe diamant. Funfact: met Scherzinger zou hij later, toen hij inmiddels meerderjarig was, nog eens een kortstondige fling hebben.

Zestien jaar later is Styles inderdaad een van de populairste en succesvolste zangers van de wereld; eerder dit jaar bracht hij zijn vierde miljoenen verkopende album *Kiss All The Time. Disco, Occasionally* uit. Dat album brak in de eerste weken meteen het record in vinylsales, een wapenfeit dat Styles kon toevoegen aan andere hoogtepunten zoals de meer dan dertig miljard – *and counting* – streams op Spotify. Vanaf deze maand gaat hij weer op wereldtournee met zijn nieuwe album. Hij is inmiddels van het kaliber dat hij niet naar de fans komt, maar de fans naar hem, in slechts een aantal wereldsteden waar hij *residencies* doet. Wij hebben het geluk dat hij het Europese vasteland bedient vanuit Amsterdam en in mei en juni tien concerten doet in de Johan Cruyff Arena.

DE BOYBANDJAREN

Hoewel Cowell Styles een kans gaf, zag het er in eerste instantie niet goed uit toen hij er in het bootcampstadium van *The X Factor* al uitvloog. Gelukkig voor Styles – en voor ons – had Cowell de visionaire brainwave om de jonge zanger in een groep samen te brengen met vier andere jeugdige deelnemers die waren afgevallen. Samen met Niall Horan, Liam Payne, Louis Tomlinson en Zayn Malik vormde Harry Styles One Direction. Ze vulden perfect het gapende boybandgat dat op dat moment bestond. En hoewel ze *The X Factor* uiteindelijk niet wonnen, waren ze wel meteen buitensporig populair.

In januari van 2011 tekenden ze een platencontract bij Cowells label. Hun eerste single *What Makes You Beautiful* en debuutalbum *Up all Night* die dat jaar verschenen, behaalden beide internationaal nummer één-posities en zo verging dat de komende vier jaar al hun platen. One Direction volgde het patroon dat de geschiedenis van boybands en girlbands kenmerkt: uitzinnig succes, hysterische fans, uitverkochte tournees, nooit een moment rust, onrust binnen de band, solo-ambities en vervolgens het noodlottige moment dat het einde wordt aangekondigd.

Dat laatste gebeurde in 2016, al werd de stop eufemistisch omschreven als een '*indefinite hiatus*'. De belofte van een comeback die daarin ligt besloten, kreeg een verdrietige klap toen in oktober 2024 bandlid Liam Payne overleed na een noodlottige val van het balkon van ›

'Als ik een mooie kleur op een bloem of behang zie, denk ik altijd meteen: oh, dat wil ik op mijn nagels!'

zijn hotelkamer in Buenos Aires. De omstandigheden rondom zijn dood zijn nog steeds niet opgehelderd, maar later werd wel vastgesteld dat Payne op het moment van overlijden sporen van cocaïne, alcohol en antidepressiva in zijn bloed had. Ook was het bekend dat hij al tijden kampte met verslavingen en psychische problemen.

SUCCESVOL SOLO

Ook vast onderdeel van het boyband-/girlbandpatroon: er is altijd één bandlid dat in zijn eentje het succes van de band daarna niet alleen evenaart, maar ook weet te overtreffen. En hoewel vooral Niall Horan het nog steeds prima doet als soloster en ook de andere jongens wat hitjes hebben gehad, verdwijnt dit natuurlijk allemaal in het niets bij het succes van Harry Styles. In 2017 brengt hij zijn eerste gelijknamige soloalbum uit. Verrassend genoeg scoort dat niet alleen goed bij de trouwe fanschare van tienermeisjes, maar wordt het ook positief ontvangen door de 'serieuze' muziekpers. Dat geldt ook voor zijn volgende albums, met name *Harry's House* uit 2022, zijn succesvolste tot nu toe. Daarnaast klust hij af en toe bij als acteur: hij was te zien in *Dunkirk* (2017), *My Policeman* (2022) en *Don't Worry Darling* (2022). Voor die acteerprestaties ontvangt hij overwegend vriendelijke reacties.

Geen sterren-cv compleet zonder een business-imperium. Styles lanceert in 2021 zijn lifestylemerk Pleasing. Het eerste product? Nagellak. Een totaal logische keuze wat Styles betreft. 'Als ik een mooie kleur op een bloem of behang zie, denk ik altijd meteen: oh, dat wil ik op mijn nagels!' En natuurlijk geloof je hem, want Harry Styles stond al bekend om zijn versierde nagels. Maar het was daarnaast zakelijk ook superslim om een product te verkopen dat niet alleen geliefd is in zijn doelgroep, maar dat ze ook kunnen betalen, en waarvan ze altijd wel een nieuwe kleur kunnen gebruiken. De collectie wordt uitgebreid met producten als skincare, parfum, mode en accessoires, en Styles lanceert vorig jaar de Pleasing Yourself-lijn met *sexual wellness*-producten zoals vibrators en glijmiddel. De eerste *drop* daarvan verkocht online binnen een paar minuten uit en de vibrator, met een oorspronkelijke prijs van 68 dollar, stond al snel op eBay vanaf driehonderd dollar. De business legt hem geen windeieren en is slechts een van zijn zakelijke successen. Zijn meest recente tournee *Love on Tour* (2021-2023) had een bruto omzet van zo'n 617 miljoen dollar en is daarmee financieel gezien een van de succesvolste tours ooit. Styles' vermogen wordt door *The Times* geschat op zo'n 250 miljoen pond.

COLLECTIEVE ADORATIE

De *Love on Tour*-tournee duurde bijna twee jaar. Iedereen die bij een van die concerten is geweest zal bevestigen dat het misschien wel een van de meest blije en saamhorige concerten van de afgelopen jaren was. Eigenlijk waren de optredens de vleesgeworden versie van zijn hit *Treat People With Kindness*, een nummer dat tijdens de tournee zorgde voor geïmproviseerde linedancechoreo's onder de fans, geïnspireerd door de videoclip met Phoebe Waller Bridge in de hoofdrol.

De collectieve adoratie van fans die zo'n tour met zich meebrengt kan een vreemde uitwerking hebben op het object van adoratie, vooral als dat ineens stopt als de tour ten einde komt. Harry Styles was zich heel bewust van het dreigende zwarte gat dat zich na de tour aandiende. 'Het idee om tijd voor mezelf te nemen voelde heel gek,' vertelde hij recent aan *The Times*. 'Ik wist niet of ik het wel zou kunnen, maar het was er de tijd voor. De tour was gestopt, ik werd dertig en het was tijd om aandacht te besteden aan andere onderdelen van mijn leven.' Hij woonde een tijd in Italië, het land dat hem leerde om een versnelling terug te nemen. 'Ik kon me de laatste keer niet herinneren dat ik ergens ging zitten om koffie te drinken – of ik óóit zomaar ergens was gaan zitten om koffie te drinken.' Daarnaast maakte hij reizen naar Japan en Spanje en bracht veel tijd door in (de clubs van) Berlijn en met zijn pas-geboren nichtje, de dochter van zijn zus Gemma.

De dood van Liam Payne heeft veel impact gehad op Styles. Pas kortgeleden sprak hij zich erover uit, in een interview met radio-dj Zane Lowe voor Apple Music. Vooral het feit dat zijn verdriet werd gedeeld door miljoenen rouwende fans maakt het voor hem extra moeilijk. Naast het verlies van een vriend die 'op zo veel manieren zo op mij leek' was Paynes dood voor hem ook 'een belangrijk moment om naar mijn eigen leven te kijken; mezelf af te vragen wat ik ermee wil. De beste manier om je vrienden die er niet meer zijn te eren, is om je leven tot de max te leven'.

En hoewel dat bij sommigen misschien visioenen oproept van seks, drugs en rock-'n-roll, vond Styles de afgelopen jaren vooral voldoening in hardlopen. Na de tournee gaf het hem niet alleen de broodnodige structuur en discipline, maar ook een manier om alleen te zijn en te mediteren. Vorig jaar liep hij de marathons van Tokio en die van Berlijn en die laatste deed hij in onder de drie uur, wat een behoorlijke prestatie is. Hij is geobsedeerd met de sport en gaf zelfs een van de spaarzame interviews ter ere van de release van zijn nieuwe album aan het tijdschrift *Runner's World*. Dat werd een tweegesprek met de 77-jarige Japanse schrijver én marathonfanaat Haruki Murakami, waarin ze uitgebreid over hun gedeelde liefde voor de sport spreken. Belangrijkste ontdekking voor Styles: 'Niemand kan een marathon voor je lopen. Terwijl er veel mensen zijn die me helpen met het maken van mijn muziek, het neerzetten van een show en me er goed uit laten zien. Maar hardlopen is een gesprek met mezelf'.

EEN MAN IN EEN JURK!

Laten we trouwens ook de rol van Harry Styles als stijlicoon niet vergeten. Hij is verantwoordelijk voor een aantal van de meest iconische *fashion moments* van de afgelopen tien jaar – helemaal als het gaat om modemomenten met een man in de hoofdrol. Misschien wel het meest spraakmakende was zijn cover van de Amerikaanse *Vogue* van december 2019, waarop hij gekleed is in een lichtblauwe sprookjesjurk van Gucci, voorzien van wijde rok met ruches. Een man in een jurk! Het gehele conservatieve deel van het internet was acuut in oproer. '*There is no society that can survive without strong men*,' weeklaagde de extreemrechtse opiniemaker Candace Owens. Zij was niet de enige die zich zorgen maakte over Styles' mannelijkheid en de invloed die hij daarmee zou hebben op zijn jonge fans.

Tegelijkertijd klonken er ook stemmen die vonden dat Styles en *Vogue* niet ver genoeg waren gegaan. Zo schreef *The Daily Beast*: 'De *Vogue*-cover met Harry Styles is misschien wel historisch, maar niet radicaal.' Styles vindt het allemaal niet zo boeiend en ontzegt zichzelf liever niet een hele voorraad aan mooie kleren. 'Wat vrouwen dragen, wat mannen dragen – voor mij gaat het daar niet om. Als ik een mooie blouse zie maar iemand zegt dat die voor vrouwen is, denk ik: oké, daardoor wil ik hem niet minder graag dragen,' zei hij tegen *The Guardian*. 'Ik denk dat het moment dat je je comfortabel voelt met wie je bent, alles veel makkelijker wordt.'

Sinds 2014 werkt hij samen met stylist Harry Lambert, met wie hij ook bevriend is. Styles kan zich nog goed herinneren hoe zijn interesse voor mode zich ontwikkelde toen hij in zijn One Direction-era naar Londen verhuisde. 'Dat was zo'n eyeopener voor mij,' vertelde hij onlangs aan Lambert in het interview in *The Times*. 'Ik had nog nooit zo veel mensen gezien die zich anders kleedden dan normaal – *it blew my world up*. Ik was negentien jaar oud en ontdekte ›

'Gay, hetero of bi: voor mij is seksualiteit vooral iets dat fun is'

Styles schrijft aan zijn nieuwe album *Kiss all the Time. Disco, Occasionally.*

ANTHONY PHAM

Tijdens *One Night in Manchester*, waar Styles optrad met zijn nieuwe album *Kiss All The Time. Disco, Occasionally*.

Styles in de studio voor zijn meest recente album *Kiss all the Time. Disco, Occasionally.*

STELLA BLACKMON

dat nieuwe looks proberen leuk is. Maar ik herinner me ook de eerste keer dat ik daarna terugging naar waar ik ben opgegroeid. Ik werd al uitgelachen omdat ik alleen maar een paar Chelsea-boots droeg, in plaats van de standaard gympen.'

HEM STAAT OOK ALLES

Blijkbaar lag hij daar niet al te zeer wakker van, want Styles staat nu bekend om zijn flamboyante looks. Daarbij is hij tot op de dag van vandaag nog niet waargenomen in iets dat hem niet staat: of het nou zijn kenmerkende kleurrijke pakken met *flares* zijn, of transparante *pussybow*-blouses, gebreide nerdy spencers, roze bontjassen, korte sportbroekjes of glitterjumpsuits. En hoewel hij uitblinkt in 'lekker gek,' voelt hij zich ook goed in meer klassieke high fashion, zoals bij zijn recente optreden tijdens de Brit Awards, waar hij een doublebreasted zwart Chanel-pak aanhad. Hij maakte de look 'helemaal Harry' door er een paar ballerina's onder te dragen.

Ook zette Styles eigenhandig de parelketting voor mannen op de kaart en ontketende een handwerkmanie toen hij een veelkleurig gebreid vest van JW Anderson droeg naar *The Today Show*. We schrijven 2020, midden in de lockdown en miljoenen mensen zochten een hobby. Toen de eerste homemade versies van het Harry-vest op internet verschenen, zette Jonathan Anderson het patroon online en de hype was een feit. Het vest schopte het datzelfde jaar tot de vaste collectie van het Victoria and Albert Museum in Londen vanwege de waarde als 'cultureel fenomeen dat staat voor de kracht van creativiteit en social media dat mensen samenbrengt in tijden van extreme tegenslag'. Hetzelfde museum stelde trouwens ook de Gucci-prinsessenjurk die Styles droeg op de *Vogue*-cover tentoon als onderdeel van de expositie *Fashioning Masculinities – The Art of Menswear*, als belangrijk stuk dat traditionele genderrollen aan de kaak heeft gesteld.

Het gemak waarmee Styles die traditionele genderrollen aan de kaak stelt, zorgt voorspelbaar genoeg al jaren voor speculaties over zijn seksuele geaardheid. Zelf vindt hij die obsessie met het labelen daarvan ouderwets en heeft het al helemaal niet met zijn keuze voor welke kleding dan ook te maken. 'Ik wil dat dingen er op een bepaalde manier uitzien. Niet omdat ik er dan gay, hetero of biseksueel uitzie, maar omdat het cool is,' zei hij ooit tegen *The Guardian*, 'en verder: voor mij is seksualiteit vooral iets dat fun is.' Hoewel One Direction-fans het hele internet vol hebben geschreven met *fan fiction* over de vermeende relatie tussen hem en mede-Directioner Louis Tomlinson, lijkt hij tot nu toe voornamelijk fun te hebben met vrouwen. In zijn romantische timeline vinden we namen als Taylor Swift, Kendall Jenner, Nicole Scherzinger, Olivia Wilde en Taylor Russell, maar niet één relatie duurde langer dan twee jaar. Misschien dat actrice Zoe Kravitz, met wie hij sinds vorig jaar zomer vaak gespot wordt, dat record gaat breken.

We durven het bijna niet hardop te zeggen, maar het lijkt erop dat Harry Styles zich niet houdt aan de ongeschreven regel dat een *ex boyband heartthrob* alleen en ongelukkig (of nog erger) eindigt. Zoals hij vertelde aan *The Times*: 'Lange tijd heb ik alleen de versie van mezelf gezien die de buitenwereld ook ziet. Door tijd te spenderen weg van dat alles, heb ik gesprekken met mezelf kunnen voeren op een veel dieper niveau. Ik heb kleine veranderingen doorgevoerd, zoals van Instagram af gaan. Nu voel ik dat mijn relatie met de wereld waarin ik weer terugkeer veel gezonder is.' ■

'Veel mensen helpen me met mijn muziek, shows en looks, maar hardlopen is een gesprek met mezelf'

COOL FOR THE SUMMER

Deze zomer gaan we op water en bloot ... bijna dan. In min of meer transparante materialen – gehaakte bikinitop, mesh shirt of *see-through* jurkje – is het heerlijk zonnestralen vangen.

fotografie KATE BELLM *styling* LINDA GÜMÜS GERRITSEN

Polyamide badpak
ZIMMERMANN € 320

LINKS
Zwarte polyamide triangelbikinitop Jewel GUESS € 70, *veelkleurige asymmetrische messing oorbellen* ISABEL MARANT € 350, *rosegouden schakelketting met mosselschelpen* WOUTERS & HENDRIX € 465

Marineblauwe gestreepte gebreide jumpsuit van viscosemix DRIES VAN NOTEN € 765, *veelkleurige messing oorbel* ISABEL MARANT € 350

Geel-bruine polyamide bikinitop Bond LOVE STORIES € 90, *kaki katoenen shorts Ovrine* ISABEL MARANT p.o.a., *zandkleurige gevlochten raffiahoed* € 990, *bruine leren tas Filature* € 12.400, *beide* HERMÈS, *veelkleurige messing oorbel* ISABEL MARANT € 350

Polyamide badpak CHANEL p.o.a.,
badstof buckethat HERMÈS
€ 395, *messing oorbel*
ISABEL MARANT € 350

Zijden top Helma ISABEL MARANT € 295, *polyamide bikinibroekje Mauritius* HUNKEMÖLLER € 22, *mosselschelp-oorbel van koper en zilver* WOUTERS & HENDRIX € 210, *Astro Leo-ketting van verguld messing met turquoise* GOOSSENS PARIS € 650, *gouden schakelketting vintage* REPOSSI *privébezit, gouden bedel* HOTEL CORAZÓN p.o.a., *8-karaats gouden Chunky Gold Arch-ring* AYNUR ABBOTT € 1099

Licht gekreukelde leren jurk € 5300,
leren pumps Origami Flap Back 70 € 1300,
beide LOEWE, *acetaat cateye-zonnebril*
CHANEL p.o.a., *veelkleurige messing oorbel*
ISABEL MARANT € 350

Polyamide badpak CHANEL p.o.a., *badstof buckethat* € 395, *leren sandalen met touw* € 1030, *beide* HERMÈS, *messing oorbel* ISABEL MARANT € 350, *8-karaats gouden Chunky Gold Arch-ring* AYNUR ABBOTT € 1099

Oranje polyamide badpak
ZIMMERMANN € 320,
18-karaats vergulde messing
The Bloomies Gold-oorbellen
MAXIMOVA JEWELRY € 745

Leren cocoonjas BALENCIAGA € 5900, *polyamide badpak* DSQUARED2 *via Zalando* € 260, *pounamu-jaden Fine-ring* € 379, *8-karaats gouden Gold Bubbles-ring* € 589, *pounamu-jaden Bold-ring* € 429, *alles* AYNUR ABBOTT

Nudekleurige katoenmix jurk D-Sandra DIESEL p.o.a., *witte leren pumps Origami Flap Back 70* LOEWE € 1300, *zandkleurige gevlochten raffiahoed* HERMÈS € 990, *18-karaats vergulde messing The Bloomies Gold-oorbellen* MAXIMOVA JEWELRY € 745

Viscose badpak MISSONI *via Zalando* € 490, *Astro Leo-ketting van verguld messing met turquoise* GOOSSENS PARIS € 650, *gouden schakelketting vintage* REPOSSI *privébezit, gouden bedel* HOTEL CORAZÓN p.o.a., *8-karaats gouden Chunky Gold Arch-ring* AYNUR ABBOTT € 1099, *messing oorbel* ISABEL MARANT € 350

Oranje polyamide badpak ZIMMERMANN € 320, *8-karaats gouden Chunky Gold Arch-ring* AYNUR ABBOTT € 1099, *18-karaats vergulde messing The Bloomies Gold-oorbellen* MAXIMOVA JEWELRY € 745

Lurex jurk VALENTINO
p.o.a., *nylon badpak* POLO
RALPH LAUREN *via Zalando*
€ 180, *messing oorbel*
ISABEL MARANT € 350

Ecru katoenen top Nisrine
ISABEL MARANT € 425,
oranje polyamide badpak
ZIMMERMANN € 320,
18-karaats vergulde messing
The Bloomies Gold-oorbellen
MAXIMOVA JEWELRY € 745

Polyamide bikinitop Henna Vibes € 60, *polyamide bikinibroekje Henna Vibes* € 45, *beide* CYELL, *zijden minirok Secret Garden* DIOR € 2300, *acetaat zonnebril* CHANEL p.o.a., *messing oorbel* ISABEL MARANT € 350, *pounamu-jaden Bold-ring* € 429, *8-karaats gouden Gold Bubbles-ring* € 589, *pounamu-jaden Fine-ring* € 379, *alles* AYNUR ABBOTT

Veelkleurige nylon bikinitop Analia € 250, veelkleurige *nylon low-rise bikinibroekje Flaviana* € 120, *beide* ISABEL MARANT

Gehaakte katoenen bikinitop RIP CURL *via Zalando* € 46, *denim tulip bermuda* BALENCIAGA € 1400, *messing oorbel* ISABEL MARANT € 350, *leren mini-buckettas Petit Trèfle* DIOR € 1950

Ecru katoenen top Ntsrine ISABEL MARANT € 425, *oranje polyamide badpak* ZIMMERMANN € 320, *18-karaats vergulde messing The Bloomies Gold oorbellen* MAXIMOVA JEWELRY € 745

Denim jurk met naaddetails en rits LEVI'S € 85, *viscose badpak* MISSONI *via Zalando* € 490, *mosselschelp-oorbel van koper en zilver* WOUTERS & HENDRIX € 210, *messing oorbel* ISABEL MARANT € 350, *Astro Leo-ketting van verguld messing met turquoise* GOOSSENS PARIS € 650, *gouden schakelketting vintage* REPOSSI *privébezit, gouden bedel* HOTEL CORAZÓN p.o.a.

Nylon bikinitop Analia € 250, *nylon low-rise bikinibroekje Flaviana* € 120, *beide*
ISABEL MARANT

Gebreide jurk DSQUARED2 *via Zalando* € 690, *polyamide triangelbikinitop* HUNKEMÖLLER € 22, *Astro Leo-ketting van verguld messing met turquoise* GOOSSENS PARIS € 650

Veelkleurig polyamide badpak DSQUARED2 *via Zalando* € 260, *marineblauwe gestreepte gebreide jumpsuit van viscosemix* DRIES VAN NOTEN € 765, *veelkleurige messing oorbel* ISABEL MARANT € 350

Leren cocoonjas BALENCIAGA
€ 5900, *polyamide badpak*
DSQUARED2 *via Zalando*
€ 260, *messing oorbel*
ISABEL MARANT € 350

Marineblauwe gebreide jumpsuit van viscosemix DRIES VAN NOTEN € 765, *veelkleurige messing oorbel* ISABEL MARANT € 350, *pounamu-jaden Bold-ring* € 429, *8-karaats gouden Gold Bubbles-ring* € 589, *pounamu-jaden Fine-ring* € 379, *alles* AYNUR ABBOTT

Body van zijde met polyamide
Zira MAX ZARA STERCK
€ 810, *leren platformslippers*
MM6 MAISON MARGIELA
€ 536, *messing oorbel*
ISABEL MARANT € 350

HAAR EN MAKE-UP DANINE ZWETS VOOR DIOR EN KEVIN MURPHY; MODEL PAULA SOARES / WOMEN NEW YORK, PRODUCTIE LEAH ZONNEVELD, FOTOGRAFIEASSISTENTIE JAMAR SILVA. MET DANK AAN BARBADOS TOURISM MARKETING INC EN THE COLONY CLUB

Zwarte polyamide triangelbikinitop Jewel GUESS € 70, *veelkleurige messing oorbellen* ISABEL MARANT € 350, *roségouden schakelketting met mosselschelpen* WOUTERS & HENDRIX € 465

SERVE A LIL' SASS

Fashion is: *feeling fab & free* in stukken die jou doen shinen. Jarretels, *bold shapes*, tutu's, megaplateaus of kanten panty's. Wij zeggen: *go crazy* – mix en match als een malle – en *go in style*.

fotografie THEO LIU *styling* IMRUH ASHA

Beha, shorts, jarretels, kousen, alles DILARA FINDIKOGLU
p.o.a., *pumps met plateauzool*
MARC JACOBS € 463

Strapless jurk ZOMER p.o.a.,
sleehakken ALAÏA € 1249

Jurk met pofmouwen CHLOÉ p.o.a., *sokken met kant privébezit, pumps met plateauzool* MARC JACOBS € 463

Transparante jurk met bloem-motief JIL SANDER p.o.a., *visnet-sokken privébezit, veterschoenen* JIL SANDER € 1143

Sterrenjurk, onderjurk, beide
NOIR KEI NINOMIYA p.o.a.

Trenchcoat € 3440, *pumps* € 1143, *beide* SAINT LAURENT by Anthony Vaccarello

Gebreide top € 4040, *gebreide shorts* € 2185, *beide* DIOR, *visnet-sokken privébezit, pumps met plateauzool* MARC JACOBS € 463

Gedrapeerde jurk
COURRÈGES p.o.a.

Glansjurk met ceintuur € 15.332, *pumps* € 1020, *beide* TOM FORD

Jurk met kralendetail
BURBERRY p.o.a.

Gebreide top € 4040,
gebreide shorts € 2185, *beide* DIOR

Mini-jurk met strikken € 7560, *panty met kantdetail* € 499, *kanten handschoenen p.o.a., alles* VALENTINO, *choker met studs* KILLERS (in Shimokitazawa, Tokio) € 28

Strapless jurk met bloemdessin en strik
CHLOÉ € 4550

Benefit one
Coca-Cola

Jurk met verendetails GUCCI
€ 11.135, *gehaakt hoofdkapje,*
taillériem, beide privébezit

Jurk met verendetail
BALENCIAGA p.o.a.

HAAR ISSAC YU, MAKE-UP MASAÉ ITO, NAIL ARTIST MAYU ITOGA, MODEL ANOK YAI, PROPSTYLING KURONO, PRODUCTIE BABYLON, PRODUCTIE OP SET TAKA ARAKAWA, SHUNYA WATANABE, KYOSUKE KIKUCHI, SHOTO TORII, STYLINGASSISTENTIE AROUA AMMARI, MISAKI SUZUKI, MARIA VITTORIA, JEAN WU

Jurk met tutu GIVENCHY by Sarah Burton € 9965, *kanten panty, kniekousen beide privébezit, sneakers* MCQUEEN € 583, *zonnebril* € 7, *armband* € 58, *beide* KILLERS (in Shimokitazawa, Tokio)

ZOË LOVE SMITH

Ze speelt glansrollen in tal van films en series en vond naast haar acteerwerk ook nog de tijd voor het maken van een nieuwe ep: *Lost My Head On A Pedestal*. Zoë Love Smith *is doing the most.*

interview TIM VAN ERP

De hoofdrol in dramaserie *Laura H.*, spelen met grootheden als Olivia Colman en John Lithgow in *Jimpa*, rollen in *Mocros*, *Bestseller Boy*, *Hockeyvaders* … je kunt Zoë Love Smith (25) van veel dingen kennen. Maar de *early adopters* spotten haar in 2016 al bij *Idols*, waaraan ze als tiener meedeed. Helaas schopte ze het niet tot de liveshows, maar het zegt alles over haar passie voor muziek: die zit er van kinds af aan in. Toch kwam een acteercarrière eerder op haar pad, nadat ze een rol had gekregen in *Skam NL*. In die serie hoorden we meteen haar eerste song *Never Be Yours*, die 2,5 miljoen streams heeft. Na nog een single in 2019 werd het op muziekgebied stil – tot vorig jaar.

Waarom hebben we zo lang op nieuwe liedjes moeten wachten? 'Ik had de lat heel hoog gelegd voor mezelf. Mijn eerste lied werd zo goed beluisterd dat het me intimideerde. Ik dacht: wat ik hierna uitbreng moet écht goed zijn. Mijn tweede song *Love Theme* deed het best aardig, maar niet zoals de voorganger. Ik raakte zoekende. Muziek ben ik altijd blijven maken, maar ik maakte het nooit af of bracht het niet uit. Het voelde alsof ik het momentum had gemist. Dat gevoel had ik al sinds mijn elfde.'

Je elfde?! 'Ik had op die leeftijd een cover van een Ed Sheeran-nummer geüpload die nogal viral ging. Ed zelf deelde 'm op zijn site. Had ik ineens allemaal mailtjes van platenmaatschappijen. Mijn moeder zei: "Leuk, maar eerst maak je je school af."'

Wat maakt het nu anders? 'Ik heb in de tussenliggende jaren met veel verschillende muzikanten dingen gemaakt, maar toen ik aan de slag ging met mijn huidige producer May veranderde er iets. Hij vertrouwde mij volledig en ging er net zo hard voor als ik. Het is moeilijk die persoon te vinden, en ineens was hij er.'

De meeste mensen kennen je als actrice. Hoog tijd om dat te veranderen? 'Ik zou het heel nice vinden als mensen me óók als zangeres leren kennen. Maar niet in plaats van. Ik besefte een paar jaar terug dat ik me artiest voel in de breedste zin van het woord; zolang ik me maar kan uiten. Of dat nou met acteren, zingen of fotografie is. Ik wil het allemaal blijven doen.'

Je wordt soms vergeleken met Zendaya, die ook zingt en acteert. Dat vind je niet leuk, las ik. 'Ik heb er meer vrede mee dan voorheen. Ze doet vette dingen en is razendknap, dus het is een groot compliment. Maar het geeft me ook het gevoel dat er weinig plekken zijn voor meerdere vrouwen van kleur in eenzelfde categorie. Alsof de wereld hooguit een paar van ons kiest en er dan geen plaats meer is voor anderen die op hen lijken. Dat vind ik er wel een beetje pijnlijk aan.' ■

SAM LUCA MORSINK

vogue reset
We gaan op boostcamp! Je body en mind, welteverstaan. Tijdens *Vogue's Wellness Month* duiken we (ook online) diep in alles wat met beauty en bewust leven te maken heeft. En ontdekken we: niks is te gek, als het om selfcare gaat. Maar wérkt het ook?

JORIN KOERS

JE LICHAAM IS EEN TEMPEL, TOCH?

Wandelen? Goed slapen? Af en toe lummelen? Nee joh, we hebben trackingapps, dure supplementen, retraites – of anders iets dat al door de Inca's werd gebruikt – nodig om onze gezondheid te optimaliseren. Je kunt het zo gek niet bedenken of we doen het (vraag maar aan Heidi Klum). En wie het laatst lacht? De wellnessbizz.

tekst LISA BOUYEURE *fotografie* KATE DAVIS-MACLEOD, JORIN KOERS *styling* LINDA GÜMÜS GERRITSEN

Gedrapeerde jurk
COURRÈGES

In het Schotland van de zeventiende eeuw zat de streng religieuze rechter en staatsman Archibald Johnston of Wariston soms urenlang in zijn dagboek te pennen. Met een ganzenveer in de hand deed hij verslag van zijn innerlijke strijd, zijn angst om zondig te zijn en alle gebeurtenissen in zijn leven die hij als tekens van de schepper beschouwde. Zo schreef hij in 1654 nadat zijn dochter hersteld was van een ziekte: '*I blessed God for my daughter's wealnesse.*' Volgens de *Oxford Dictionary* is het, zij het in een ouderwetse spelling, de eerste keer dat iemand het woord 'wellness' gebruikte als tegenhanger van *illness*.

In 2024 was de wereldwijde wellnessindustrie rond de zes biljoen euro waard, oftewel zesduizend miljard (!) euro. Dat is meer dan de olie- en gasindustrie, meer dan de auto-industrie, meer dan de voedingsindustrie. Sinds 2013 is de waarde meer dan verdubbeld, en volgens een prognose van het Global Wellness Institute zullen de verschillende wellnesssectoren rond 2030 samen goed zijn voor tien biljoen euro.

Het goede nieuws is dat we ons fysieke, geestelijke en sociale welbevinden blijkbaar serieus nemen. Maar een markt die zo explosief groeit, betekent ook dat gezondheid een commercieel product is geworden, dat ons welzijn nu lucratieve handelswaar is. Er wordt daarom gretig ingespeeld op angsten, onzekerheden, verlangens en schuldgevoelens, om vervolgens een aantrekkelijke oplossing te bieden – waarbij de wetenschap niet zelden aan het kortste eind trekt. We krijgen ingeprent dat we onszelf continu moeten verbeteren, 'af' zijn we nooit.

Wandelen, water drinken, goed slapen en af en toe een beetje lummelen? Vergeet het maar. We hebben trackingapps, dure supplementen, kuren en retraites nodig, of anders juist iets dat al door de Inca's werd gebruikt. We moeten ontprikkeldata hebben, de rozenkwartsmijnen in Madagaskar leegtrekken, aan het vitamine-infuus, de biologie te slim af zijn met hacks en warme olie in onze navel masseren. We moeten quick fixes, *holy grails*, superfoods en *miracle cures* vinden, of op zijn minst de *ultimate solution*. Als je daar niet zen van wordt ...

SNELNESS

Het satirische platform *De Speld* publiceerde laatst een stukje met de treffende titel *Mediteren: kan het efficiënter?* Steeds meer mensen hebben geen tijd om te onthaasten, aldus het fictieve nieuwsbericht, en meditatie duurt toch al snel twintig minuten. Gelukkig heeft 'efficiëntieyoga-instructeur' Vincent een geruststellend inzicht: mediteren hoeft amper tijd te kosten. Je kunt het bijvoorbeeld staand in een volle treincoupé doen, of combineren met taakjes die nog moeten gebeuren, zoals boodschappen doen of de kinderen naar bed brengen. 'We hebben alles geoptimaliseerd, waarom meditatie dan nog niet?'

Vlug in de neerwaartse hond als je toch moet bukken om je veters te strikken, het klinkt lichtelijk absurd. Toch liggen satire en de werkelijkheid hier ongemakkelijk dicht bij elkaar. Op TikTok wordt fervent aan wellness-*stacking* gedaan: het stapelen van meerdere wellnessactiviteiten zodat je er twee of drie tegelijk van je to-dolijst kunt afstrepen. Gewikkeld in een saunadeken naar een podcast over persoonlijke groei luisteren, met een ledmasker op de trilplaat je dagelijkse affirmaties opzeggen, squats doen tot het water voor je kurkuma-kaneelwater kookt.

Hebben we de piek van het efficiëntietijdperk bereikt, waarin we als maatschappij zijn gaan streven naar maximale output met zo min mogelijk input? De laatste ›

De darmspoeling is een evergreen, maar de laatste detoxhype is de *parasite cleanse*

Body WOLFORD

jaren raakten termen als *deskercise*, *workstation*-wellness, micro-work-out en *office meditation* in zwang. Voor lichaamsbeweging en innerlijke rust hoef je je bureau niet eens meer te verlaten, en lang hoeft het allemaal niet te duren. Heb je een gaatje tussen twee Zoom-calls? Perfect voor een *5-minute meditation* of een *7-minute work-out*. Lichaam en geest moeten in topconditie zijn om optimaal te kunnen presteren binnen het kapitalistische systeem.

Voor wie toch een keer wil uitpakken buiten de kantoortuin, is *whole-body*-cryotherapie een aantrekkelijke optie: slechts drie minuten in een ijskoude cabine en je loopt als herboren weer naar buiten. Ook efficiënt: onder de noemer 'IV-drip' kun je je maagdarmstelsel het nakijken geven door vitamines, mineralen en antioxidanten via een katheter direct in je bloedbaan te laten toedienen. Dat er geen solide wetenschappelijk bewijs is die de wondermiddelclaims van dit soort snelle kuren ondersteunt, maakt ze niet minder populair. Wellicht omdat de belangrijkste belofte wél wordt waargemaakt: je hebt snel en efficiënt aan zelfoptimalisatie gewerkt. Op naar de volgende shortcut.

PARADEREN IN DE PILATESSTUDIO

Stel je de beroemde Engelse auteur Jane Austen (1775-1817) eens voor, maar dan scrollend door TikTok. De geestelijk moeder van Mr. Darcy zou in de eindeloze stroom video's ongetwijfeld influencers tegenkomen die in rustgevende filmpjes hun wellnessroutine naspelen. Er wordt een geurkaars aangestoken, een boek getiteld *Self Love* strategisch in beeld gelegd. Flarden geluid: een bad dat volloopt, tikkende nagels op verpakkingen. Dan worden de ogen gesloten, wetend dat camera en *ring light* zorgvuldig zijn gepositioneerd.

Grote kans dat Austen er niet eens zo van zou opkijken. In haar boeken zette ze de wellnessindustrie graag neer als een modieus en performatief gebeuren, als een sociaal ritueel voor de beau monde. Ze woonde een deel van haar jeugd in Bath, bekend om haar bewaard gebleven Romeinse thermen en in Austens tijd een populair kuuroord voor de elite (de Netflix-serie *Bridgerton* is er grotendeels opgenomen). *Persuasion* en *Northanger Abbey* spelen zich deels af in Bath, en ook in *Sense and Sensibility* en *Pride and Prejudice* wordt de stad genoemd.

In *Northanger Abbey* beschrijft Austen de *Pump Room*, een chique zaal waar bezoekers samenkwamen om het opgepompte water uit Baths beroemde warmwaterbronnen te drinken. Niet zozeer vanwege de medicinale werking die aan het water werd toegeschreven, maar als excuus om te flaneren. Ze schetst hoe de hoofdpersonen eindeloos heen en weer paraderen, en hoe je er tijdens de populaire uren 'elk schepsel uit Bath' wel een keer aantrof. In Austens kuuroord gaat het om zien en gezien worden, de laatste roddels, lonken naar potentiële partners, en om te demonstreren dat men heus wel weet hoe wellness heurt.

Ruim twee eeuwen later zijn er nieuwe chique wellnessbestemmingen waar de (havermelk)elite samenkomt, en het mineraalwater smaakt er niet langer naar zwavel. Zakenblad *Forbes* kopte vorig jaar: *Move Over, Private Members' Clubs – Wellness Clubs Are The New Status Symbol*. In de Amerikaanse *Vogue* werd de wellnessclub 'de countryclub van gen Z' genoemd. De rokerige sociëteit heeft plaatsgemaakt voor de reformerpilatesstudio, het statige olieverfschilderij voor de gymselfie. ›

Lichaam en geest moeten in topconditie zijn om optimaal te kunnen presteren binnen het kapitalistische systeem

En het is best logisch dat wellness in het Instagram-tijdperk het ultieme statussymbool is geworden. Een Birkin-bag of een Rolex zeggen vooral dat de drager geld heeft, niet per se klasse. Als ze al echt zijn en niet uit een muffe kofferbak komen. Maar innerlijke rust, gedefinieerde spieren en een blakende teint zijn een stuk moeilijker te faken. Het is de ultieme *quiet luxury*: zonder nadrukkelijk te pochen kun je ermee laten zien dat je tijd, geld, discipline en mogelijkheden hebt. Kom daar nog maar eens om.

L'HOMME MACHINE

Machines vergen onderhoud en periodieke controles. Bewegende delen worden gesmeerd, roest voorkomen, kalk verwijderd en stof weggehaald. Soms moet er een onderdeel worden vervangen of een buis worden schoongespoten. Is het systeem verouderd? Dan kan een moderne component of een efficiëntere aandrijving misschien uitkomst bieden.

Toen de Franse arts en verlichtingsfilosoof Julien Offray de La Mettrie in 1747 stelde dat de mens een machine was, materie zonder ziel of vrije wil, veroorzaakte dat zoveel woede dat hij eerst Parijs en vervolgens Leiden moest ontvluchten. Hoe durfde hij ons goddelijke schepsels te vergelijken met het spinnewiel of de eerste stoommachine?

Nu is het idee van de mens als machine allang niet meer controversieel, zeker niet in kringen waar termen als biohacking, *sleepmaxxing*, detoxificatie en *supplement stacking* gemeengoed zijn. Het lichaam wordt daar behandeld als een systeem waarvan de aandrijving almaar geoptimaliseerd moet worden. Het mechanisme dient te worden bijgestuurd en uitgebreid, het binnenwerk van buitenaf te worden gereinigd.

Slapen? Blauwlichtbril, mondtape, magnesiumspray, verzwaringsdeken, aromatherapie, *white noise*, koelmatras. Overdag loopt het mechanisme misschien net wat lekkerder als de reguliere brandstof wordt aangevuld met probiotica, ashwaganda, creatine, berberine, zeemos en elektrolyten. Ook je spijsverteringskanaal kun je maar beter een handje helpen, voor de zekerheid. De darmspoeling is een evergreen maar de laatste detoxhype is de *parasite cleanse*, afgeraden door artsen maar aangewakkerd door Heidi Klum en tiktokkers die dagelijks verslag uitbrengen vanuit een stilstaande auto.

Om deze scene tot woede te drijven had Offray de La Mettrie moeten schrijven dat onze lever, nieren en darmen een geavanceerd zelfreinigend programma draaien en in de meeste gevallen genoeg hebben aan slaap, gezonde voeding en beweging. De steenrijke techondernemer Bryan Johnson voert het concept van *l'homme machine* het verst door. Met zijn Project Blueprint behandelt hij zijn lichaam als een oude machine die met een flinke opknapbeurt weer als nieuw zal worden. Hij liet bijvoorbeeld driehonderd miljoen stamcellen van jeugdige Zweden in zijn gewrichten injecteren, ontving via een infuus plasma van zijn zeventienjarige zoon en verdwijnt met enige regelmaat anderhalf uur in een cabine waar hij via een gezichtsmasker honderd procent zuurstof krijgt toegediend. In het kader van zijn project *How I'm de-aging my penis* gebruikt Johnson een sensor om zijn nachtelijke erecties te monitoren (gemiddeld drie uur en veertien minuten, aldus zijn website). Zo bezien is het kinderspel dat hij elke dag meer dan honderd supplementen neemt.

Viking-wellness draait niet om ontspanning maar om uithoudingsvermogen. Zweethut uit, ijsbad ›

Voor zijn project *How I'm de-aging my penis* gebruikt Bryan een sensor om zijn erecties te monitoren

Ontprikkeldata, leeggetrokken rozenkwartsmijnen en warme olie in je navel: alles om maar zen te worden

Body WOLFORD

in, koken op een houtvuur, terug naar de natuur. Geef je maar over aan de elementen. Retraites worden aangeprezen met termen als '*inner warrior*' en '*primal strength*'. Op de TikTok van Wim Hof is een sfeerimpressie te zien van zijn jaarlijkse winterexpeditie in Zweden, waar liefhebbers in vijf dagen à 2900 euro hun 'inner Viking' kunnen ontdekken. *Condé Nast Traveller* riep Viking-wellness uit tot een van de grootste reistrends van 2026. De moderne Viking vliegt na een weekje ploeteren in de sneeuw gewoon weer naar huis.

Het wellnessheden zoekt inspiratie wel vaker in het verleden, bij oude rituelen en niet-westerse culturen. Gua-sha is onderdeel van de traditionele Chinese geneeskunde, net als het door sociale media populair gemaakte *ear seeding*. Op TikTok proberen westerse gen Z'ers onder viral hashtags als #chinamaxxing en #becomingchinese sowieso zo veel mogelijk Chinese gebruiken in hun leven te incorporeren, van wandelen met de handen op de rug tot het dragen van een specifiek soort huissloffen.

Cacaoceremonies werden afgekeken bij de Maya's en de Azteken, wapperen met *palo santo* bij de Inca's en hydrotherapie bij de oude Egyptenaren. Ayahuasca werd eeuwen geleden al gedronken door stammen uit het Amazonegebied. Gezondheidstrends als tongschrapen, *oil pulling* en warme olie in de navel masseren komen uit de ayurveda, een duizenden jaren oude holistische gezondheidsleer uit India. Tja, nu de kerkbanken steeds minder vol zitten, moeten rituelen, zingeving en symboliek toch ergens vandaan worden gehaald.

Een beetje ongemakkelijk is het wel, dat selectieve gewinkel uit eeuwenoude gezondheidsleren, sjamanistische genezingsrituelen, noordse mythologie en spirituele ceremonies, maar de aantrekkingskracht is begrijpelijk in een wereld vol schermen, notificaties en algoritmes. Moet je nagaan: kennis die niet is ontsproten onder een zonnepanelendak in Silicon Valley, maar al generaties lang wordt doorgegeven.

BACK TO DE BAARMOEDER

Rust is in deze tijd een schaars goed, en schaarste maakt gewild. Dus is rust verworden tot iets dat je kunt kopen. In stilteretraites wordt onder begeleiding gezwegen en gereflecteerd. In speciale hotels voor *sleep tourism* boek je een verduisterde, geluidsdichte kamer met circadiaanse verlichting en een matras dat je nachtrust meet. Drijven in een cabine met magnesiumbad, compleet afgesloten van licht en geluid, wordt aangeprezen als een terug-naar-de-baarmoeder-ervaring.

De wereld wordt steeds luider. Prikkels, altijd en overal prikkels, dus gaat men naarstig op zoek naar het tegenovergestelde. Smartphones worden op zwart-wit gezet of ingeruild voor dumbphones. De meest rustelozen boeken een driedaagse *digital detox retreat* in Drenthe of gaan 'bosbaden' tijdens een Japanse *shinrin-yoku*-retraite. Langzaam lopen, kijken, luisteren. Geen doel, geen stappenteller, slechts aanwezig zijn. Thuis worden er onder de noemer #cozymaxxing zorgvuldig geconstrueerde, prikkelarme cocons gecreëerd, voor optimale rust en geborgenheid: gedimd licht, wollen plaids, geurdiffusers, dikke sokken.

Ons jager-verzamelaarsbrein is niet gemaakt voor de digitale samenleving en de hoeveelheid prikkels die het op dagelijkse basis te verstouwen krijgt, maar gelukkig is daar een TikToktrend voor (en hij is zowaar gratis). De laatste wellnessobsessie is de nervus vagus, een lange hersenzenuw die de hersenen met bijna alle ›

Met een ledmasker op de trilplaat, squats doen tot je kurkumawater kookt: TikTok voorziet in wellness-*stacking*

vitale organen verbindt. Hij reguleert de ademhaling, hartslag en spijsvertering, en is cruciaal voor rust, herstel en het verminderen van stress. En je kunt er zowaar invloed op uitoefenen, door te neuriën, te gorgelen, langzaam en diep adem te halen of met een plens koud water in je gezicht. Of door TikTok uit te zetten natuurlijk, een beproefde methode die het gek genoeg nooit tot de For You-pagina schopt.

DE TECHNIEK STAAT VOOR NIETS

Een paar duizend jaar voor het begin van onze jaartelling, toen in het oude India de vroegste vorm van yoga ontstond, had men vast niet kunnen vermoeden dat je anno 2026 via je smartphone een slimme yogamat met ingebouwde sensoren kunt kopen, gekoppeld aan een app die je in real time corrigeert als je rechterhand een tikkeltje te ver naar voren staat.

Of denk eens aan het Romeinse rijk (iets wat mannen toch al voortdurend schijnen te doen). De wc werd daar bezocht met een amulet in de hand, omdat de Romeinen al die ziektes niet aan de gebrekkige hygiëne toeschreven maar aan boze wc-geesten. En dan kon er ook nog van alles uit dat gat omhoogkomen, van ongedierte tot ontvlambare rioolgassen. Wat zouden de Romeinen hebben gevonden van de *gut health*-trend (je darmflora zo gezond mogelijk krijgen)? Zouden ze comfortabel hebben gezeten op wc's die geen enkel geheim meer kennen? Bedrijven als Toto zijn luxe toiletten gaan verkopen die met sensoren en ledlicht je feces analyseren. Vorm, kleur en consistentie, alles wordt gescand en gestuurd naar een app, waar AI de data duidt en tot keurige staafdiagrammen verwerkt. Wie geen duizenden euro's aan een wc wil uitgeven, kan een losse camera aanschaffen.

Ook in trek: hoofdbanden die je hersengolven meten en aan de hand van neurofeedback laten weten hoe goed je hebt gemediteerd of geconcentreerd. Was je wel ontspannen genoeg? Had je een hogere *performance score* voor focus kunnen halen? De continue glucosemeter werd tot een aantal jaar geleden vooral gebruikt door diabetes-patiënten, maar tot lifestyle-attribuut gebombardeerd door non-diabetici die het effect van een bord spaghetti alle vongole graag in data uitgedrukt zien. Zou het op een dag net zo mainstream zijn als de horloges en ringen die je hartslag, lichaamstemperatuur, zuurstofsaturatie en slaapkwaliteit meten?

Met alleen een smartphone kom je overigens ook al een eind. Voor mentale problematiek bieden AI-coaches en virtuele therapeuten uitkomst, en anders kun je je altijd nog in de zachte armen van ChatGPT vlijen. Er zijn apps waarin je kunt bijhouden of je genoeg water drinkt, leest, pianospeelt, bidt, stretcht, tandenpoetst, sport of in je dagboek schrijft. Apps die je gemoedstoestand kwantificeren, je doelstellingen gamificeren, je menstruatiecyclus voorspellen. Apps die je geconsumeerde macronutriënten in een taartdiagram omzetten.

Het is makkelijk om verblind te raken door al die mogelijkheden tot digitale welzijnsverbetering, maar misschien moet er toch nog één app aan worden toegevoegd. Daarin geen scores, statistieken en feedback, maar een nuttig advies om in gedachte te houden tijdens de zoektocht naar een betere nachtrust en soepelere schouders: neem anders in plaats van dit apparaat eens een amulet in je hand, schijnt wonderen te doen. *Otium cum dignitate!* ■

Chique wellnessclubs worden gezien als nieuw statussymbool voor de (havermelk)elite, als 'de countryclub van gen Z'

JAPAN: HAAR KANAE KIKUCHI, MAKE-UP YUKA WASHIZU, MODEL MIKI EHERA / IPSILON INC., PRODUCTIE LEAH ZONNEVELD, FOTOGRAFIEASSISTENTIE MICHAEL MILLS. OOSTENRIJK: HAAR EN MAKE-UP MAGDALENA LOZA VOOR NARS COSMETICS EN ORIBE, MODEL MIA ARMSTRONG / FORD MODELS, PRODUCTIE LEAH ZONNEVELD, FOTOGRAFIEASSISTENTIE THIJS BOSMA, MET DANK AAN TOURIST BOARD STUBAI TIROL EN SPA HOTEL JAGDHOF NEUSTIFT FOTOGRAFIE-TECH NIKKI HOCK, FOTOGRAFIEASSISTENTIE THIJS BOSMA, MET DANK AAN TOURIST BOARD STUBAI TIROL EN SPA HOTEL JAGDHOF NEUSTIFT

JORIN KOERS
MONTH
op vogue.nl
VOGUE
WELLNESS
join

Klaar voor een reset? *Say less*. *Vogue.nl* staat tijdens *Wellness Month* volledig in het teken van balans, beauty en bewust leven. Van dagelijkse updates voor body & mind en zorgvuldig geselecteerde *editor's picks* tot experts die sport- en voedingstrends uitlichten. Lees inspirerende interviews, ontdek de nieuwste wellnessbehandelingen en onze favoriete adressen. *Join us* en duik in een wereld waar selfcare en mindfulness samenkomen.

Scan de QR-code voor dagelijks nieuws voor body & mind, *editor's picks*, beauty- en wellness-behandelingen, *Vogue's* favoriete adressen en meer. *See you there!*

ZIMMERMANN S/S 2026

TROPISCHE VERRASSING

Banana Rush eau de parfum
JULIETTE HAS A GUN v.a. € 105.

BLOEMSCENARIO

Lust in Paradise extrait de parfum
EX NIHILO v.a. € 275.

BELLA ITALIA

Portofino '97 eau de parfum
VICTORIA BECKHAM € 200.

SENSUAL HEALING

Tonka Kumaru eau de parfum
ATELIER MATERI € 240 via Skins.

FRIS & FRUITIG

Taormina Orange eau de parfum
TOM FORD v.a. € 160.

ZONKRACHT

Replica Chasing Sunsets eau de toilette
MAISON MARGIELA € 149,95.

SWEET DREAMS

Miu Miu Fleur de Lait eau de parfum
MIU MIU v.a. € 92.

SUMMER LOVIN'

Nomade Jardin d'Égypte eau de parfum
CHLOÉ v.a. € 81.

De ZON *achterna*

Jij dacht dat je ze kende? Deze klassiekers zijn opnieuw uitgevonden, met kokos, banaan, mango of citrus.

productie ZOÉ ZINDZI VAN HALEN

ALLES DOE IK VOOR JE

Make-up verrijkt met actieve skincare, haarproducten die verzorgen én versterken, en parfums die een verhaal vertellen. Je zou er lui van worden.

productie MAGDALENA LOZA

1

2

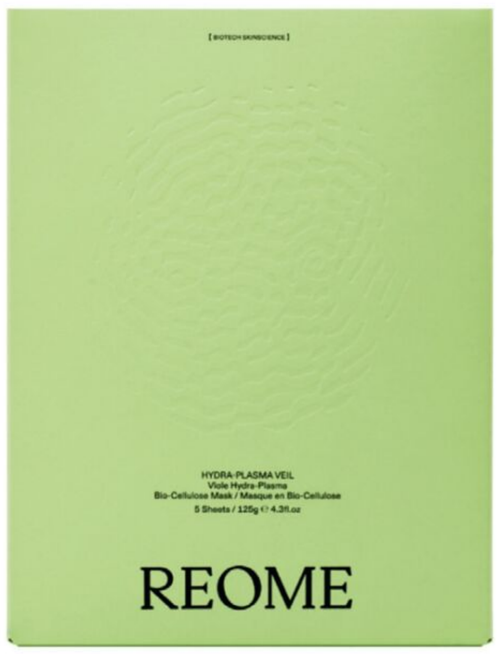
3

4

5

6

7

8


9

10

11

1 *Geparfumeerd water Elevation* LES EAUX PRIMORDIALES € 190. 2 *Liquid powder chromatic eye tint* ILIA € 33. 3 *Haar- en bodymist Matcha Milk* PHLUR € 26. 4 *Hy-Glam Foundation* NATASHA DENONA € 56. 5 *Green Botanical Body Oil* THE ORGANIC PHARMACY v.a. € 45. 6 *Cell Longevity Hydra Glow Cleansing Balm* WELEDA € 30. 7 *Ceramide Therapy haarmasker Honey Gloss* GISOU v.a. € 48. 8 *Hydra-Plasma Veil hydraterend masker* REOME € 118. 9 *Total Lip Treatment* SENSAI € 88. 10 *Multifunctionele beautybalm* LA FERVANCE € 199. 11 *Collagen Serum Mist* OGB € 24.

HERMÈS

HERMÈS

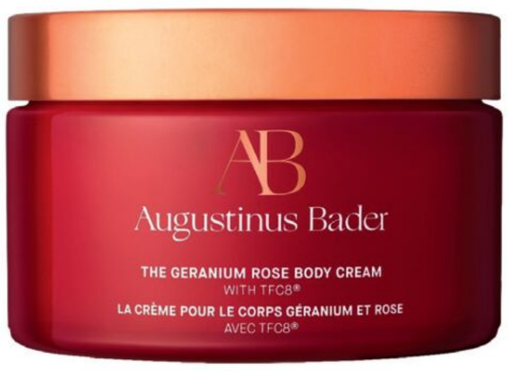
1

2

3

4

5



6

7

8

9

13

10

11

12

1 *The Foundation Drops* VICTORIA BECKHAM BEAUTY € 121. 2 *Copper Tripeptide & Ectoin Advanced Repair Serum* ALLIES OF SKIN € 221. 3 *Lip Balm Amour* VIOLETTE_FR € 30. 4 *Lash Latex Mascara* YSL BEAUTÉ v.a. € 50. 5 *Mirror Rinse Glass Hair Treatment* ORIBE v.a. € 64. 6 *The Geranium Rose Body Cream* AUGUSTINUS BADER € 185. 7 *Cryo massagebollen* THE SKINCARE TOOLS € 85. 8 *Rénergie Multi-Lift Ultra dagcrème SPF15* LANCÔME € 121. 9 *Premium Hydra Soother Cellulose Sheet Mask* AHC 5 *stuks* € 12. 10 *Eau de Parfum Own Time* THIS WORKS v.a. € 95. 11 *The Rejuvenating Eye Cream* LA MER € 220. 12. *Intensieve haarbalsem* HAIR RITUEL BY SISLEY € 112. 13 *Eau de parfum Soie Malaquais* DRIES VAN NOTEN € 330.

OP JE MOOIST

Tijd voor een frisse start en het opfrissen van je dagelijkse haarroutine? Laat Dyson Beauty nou net de limited edition Ceramic Apricot en Topaz-tools lanceren, waarmee je je stylingmethodes opfleurt met een zacht, warm kleurenpalet, geïnspireerd door abrikozen, lentekleuren en tulpenvelden.

fotografie JOUKE BOS *styling* LINDA GÜMÜS GERRITSEN *tekst* ELISABETH HEIJKOOP

HAAR LIN ALDERS, MAKE-UP DANINE ZWETS, MODEL MARLIJN HOEK / WEITSICHT, PRODUCTIE LEAH ZONNEVELD, SETSTYLING FLOOR KNAAPEN, FOTOGRAFIEASSISTENTIE JAMIE KOETZIER, PIETER VERBURGT, STYLINGASSISTENTIE FLOOR BOGERS, PRODUCTIEASSISTENTIE AMY VAN DER TOORN, SETSTYLINGASSISTENTIE JORIEN KEMERINK, EVA BELIËN, DANIEL RIVAS

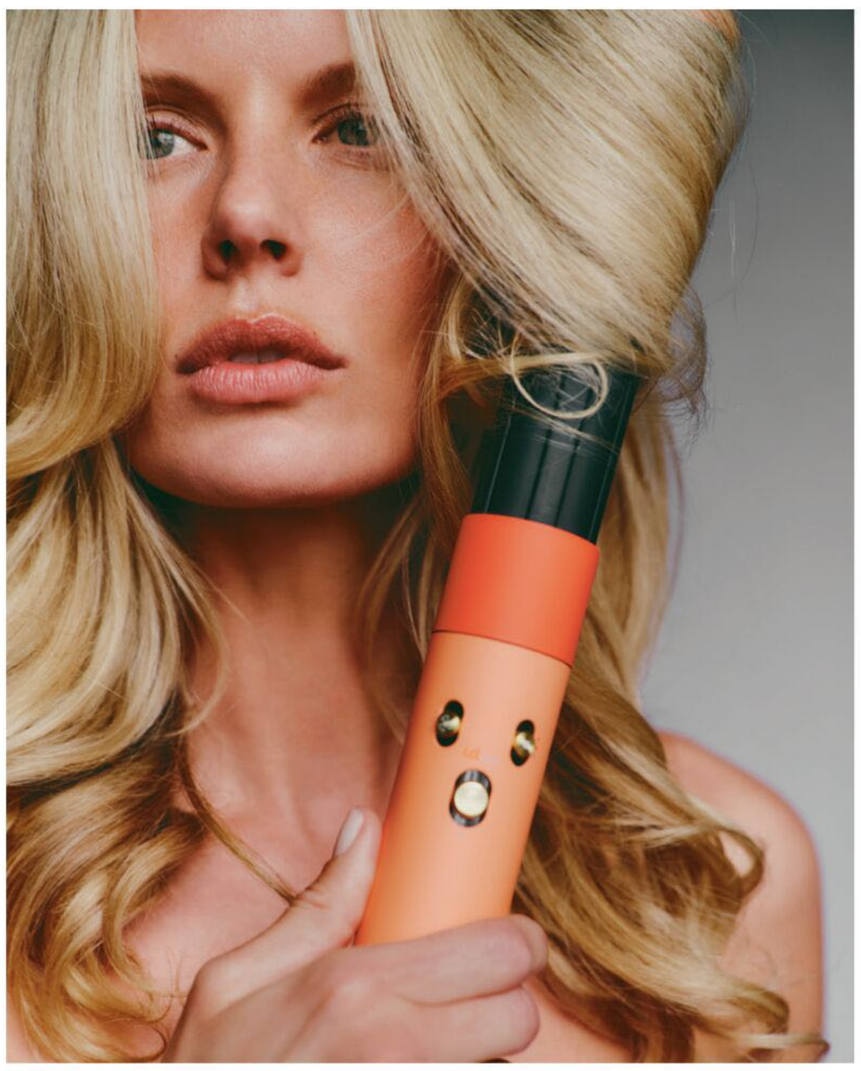
De stylingtools van Dyson Beauty ken je – die zijn natuurlijk nog steeds het beste wat jij en je haar kunnen wensen. Maar geïnspireerd door zachte abrikoostinten en topaasaccenten heeft Dyson de Airwrap Co-anda2x™ en Airwrap i.d.™ nu tot meer dan alleen een stylingtool getransformeerd; design en technologie zijn namelijk op esthetische wijze gecombineerd.

Kijk, de lente is bij uitstek een tijd van vernieuwing: zo staan je ochtendrituelen en gezondheidsroutines nu ook in het teken van voorbereidingen op langere avonden buiten. De Airwrap Co-anda2x™, Supersonic Nural™ en Airstrait™ passen perfect bij dit doel en bieden je veelzijdigheid en gebruiksgemak – denk aan one-touch i.d. curl en appgestuurde styling – met stijlvolle designs.

Dankzij Dyson heb je niet meerdere tools voor verschillende stijlen nodig: de Airwrap Co-anda2x™ is één apparaat met meerdere opzetstukken en eindeloze stylingmogelijkheden, zeker in combinatie met de producten uit de Dyson Chitosan-stylinglijn.

Een gevoelige hoofdhuid en verborgen stress door droogroutines? Supersonic Nural™ zorgt voor comfort van de hoofdhuid met de Scalp-Detect-modus. Combineer met de Amino leave-in scalp bubble-behandeling en je zit helemaal goed voor een gezondere hoofdhuid.

Last but not least, schade en tijdverlies zoals je bij andere stijltangen kunt oplopen, kun je helemaal uitsluiten. De '*wet-to-dry*'-methode van Airstrait™ maakt het haar namelijk glad met lucht, in plaats van extreme hitte. Voor nóg meer glans gebruik je Dyson Omega-haarolie, voor stralende lokken in de lente. Dus bereid je voor op bewonderende blikken en nieuwsgierige vragen naar jouw haargeheimen.



Laat de Dyson Airwrap i.d.™, andere Dyson-styling tools en Dyson-haarverzorgingsproducten onderdeel zijn van je lente-opfrisbeurt: routines om je haar te laten stralen, de gezondheid ervan te beschermen en stijl uitbundig te vieren.
Kijk voor meer informatie op dyson.nl/haarstyling.

Een soft-matte bronzer à la Michael Kors vervaagt prachtig uitgeblend op je jukbeenderen. Perfect voor het veinzen van een *sunkissed* snoet.

MICHAEL KORS S/S 2026

SCHAAKMAT

Mat is aan zet. Geen plamuur of craquelé, maar zacht en fris. Denk: *your skin, but better*. Kwast de kunst af met deze boterzachte, *skin friendly* formules. *productie* INGE HANSSEN

1

2

3

5

4

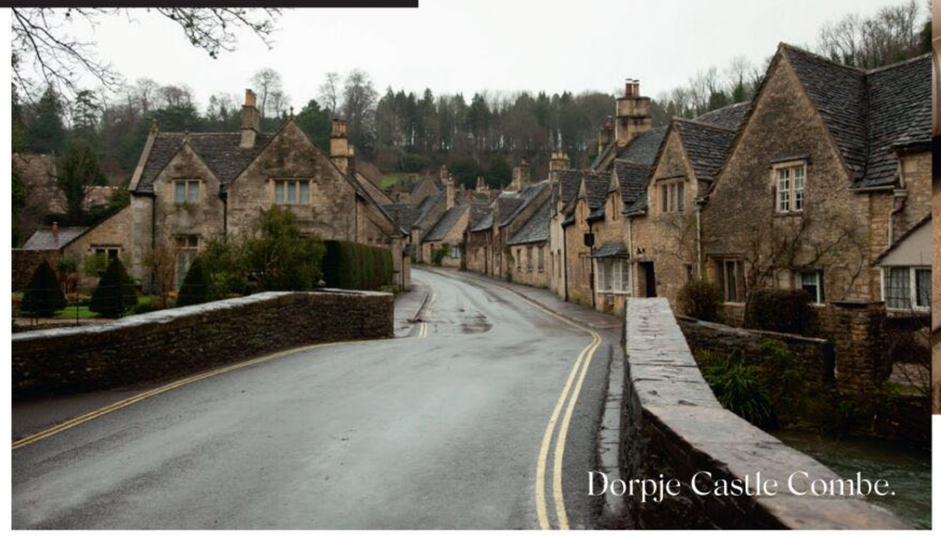
6

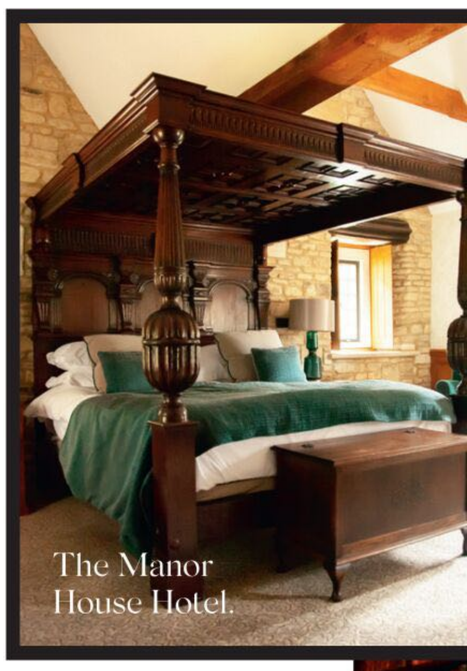
1 *Terracotta Light bronzer in kleur Medium (Warm Red Zagora-omhulsel, limited edition)* GUERLAIN € 61. 2 *Match Stix Matte contourstick in kleur Espresso* FENTY BEAUTY € 31. 3 *Airbrush Flawless Matte Settingspray* CHARLOTTE TILBURY € 39. 4 *Natural Matte Longwear Foundation in kleur Barcelona* NARS € 56. 5 *Multisculpt, multifunctionele matte, vloeibare oog- + gezichtscontour in kleur Velvet Teddy* M.A.C € 26. 6 *Cream-to-Powder Color Blush in kleur B32 - Caffè* PRADA BEAUTY € 45.

Sign of the Angel.

De lobby in *inn*
Sign of the Angel.

The Manor House Hotel.


Dorpje Castle Combe.


The Manor
House Hotel.

WILTSHIRE

Reisjournalist en fotograaf Athina Kontos komt al sinds haar kindertijd in Wiltshire, en de liefde voor het graafschap zit diep. De schilderachtige schoonheid en intrigerende geschiedenis van de regio in het zuidwesten van Engeland blijven intrigeren.

tekst en fotografie ATHINA KONTOS

Hemelbedden en knapperende haardvuren

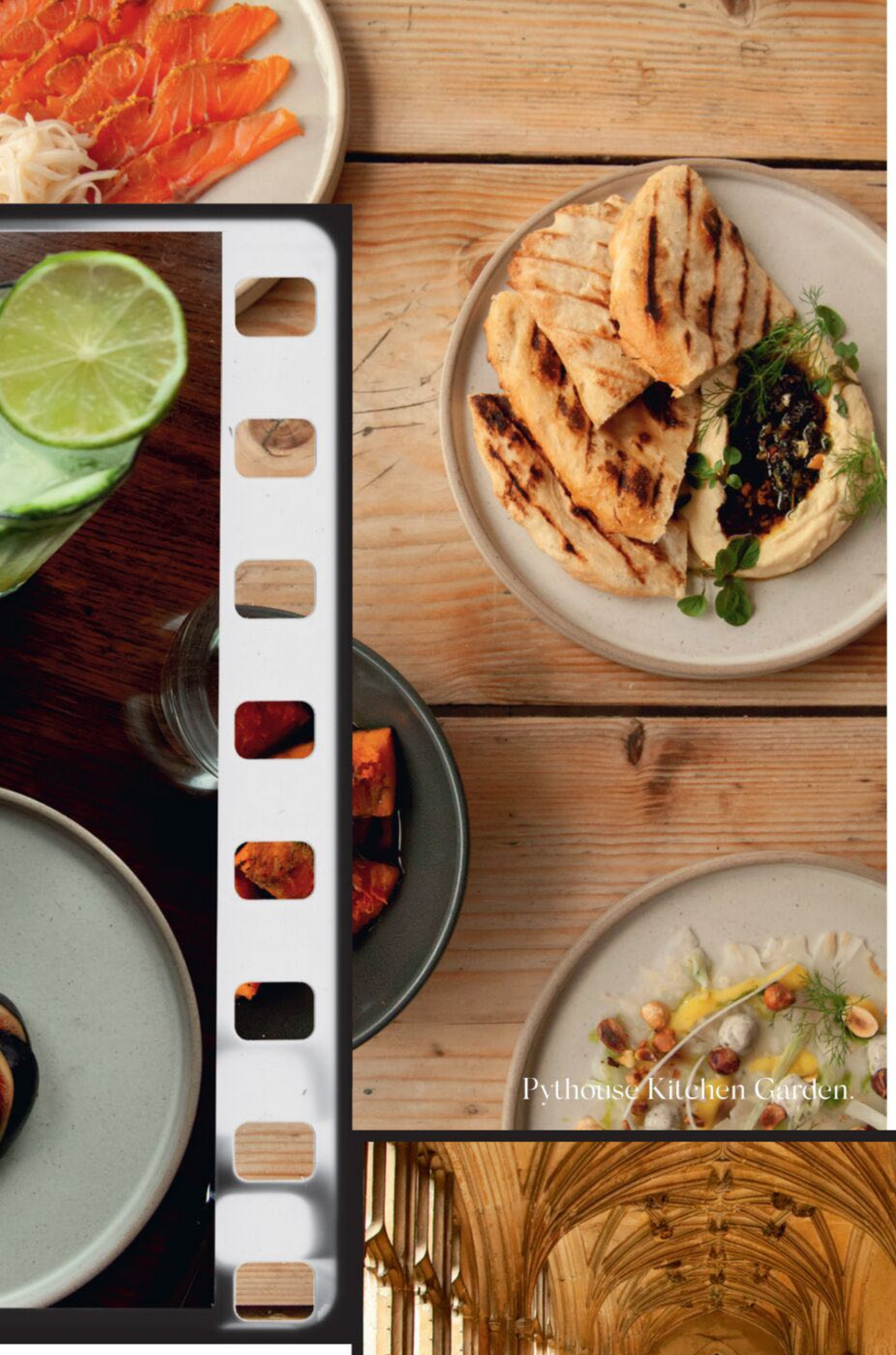
Het noordelijk deel van Wiltshire maakt deel uit van de Cotswolds, een van de meest bezongen streken van Engeland. Omdat het landschap zo romantisch is en de celebs er zo graag komen. Daar, net iets buiten het dorpje Castle Combe, staat mijn favoriete hotel. The Manor House Hotel is het toppunt van ingetogen oldskool luxe. Een adellijk landgoed uit de veertiende eeuw met 62 kamers en het Michelinsterren-restaurant Bybrook. De service is onberispelijk en bij de voordeur staan regenlaarzen en paraplu's klaar voor gasten die het terrein willen verkennen. Na een wandeling kom je thuis in de salon waar altijd – zomer en winter – een vuur brandt. Als ik geen vrienden had om bij te logeren, dan wist ik het wel …

Ben je meer van de *pub stay*, boek dan een van de vijf kamers van *inn* Sign of the Angel. De herberg met pub ligt in het National Trust-dorp Lacock. Op het menu: eendenboutragout, langzaam geroosterd lamsvlees en artisjoksoep. En als je toch in Lacock bent, loop dan even binnen in de achthonderd jaar oude abdij. Het interieur van de abdij is bij Harry Potter-fans bekend als de zalen van Hogwarts en veel van de kamers en gangen zijn herkenbaar in de films.

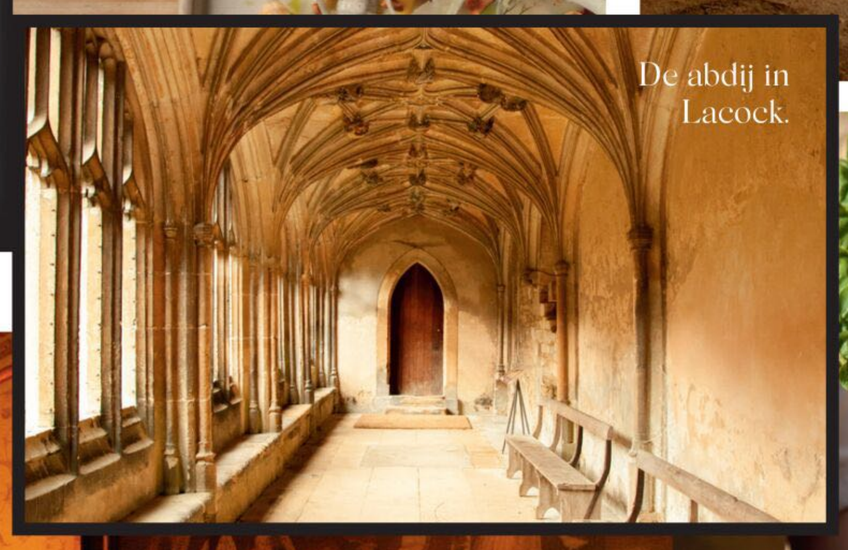
DWALEN TUSSEN DE OUDE EIKENBOMEN

Maak een stop in Bradford-on-Avon, aan de oevers van de rivier de Avon, om de oorspronkelijke Saksische kerken en

Mysterieus Lacock Abbey



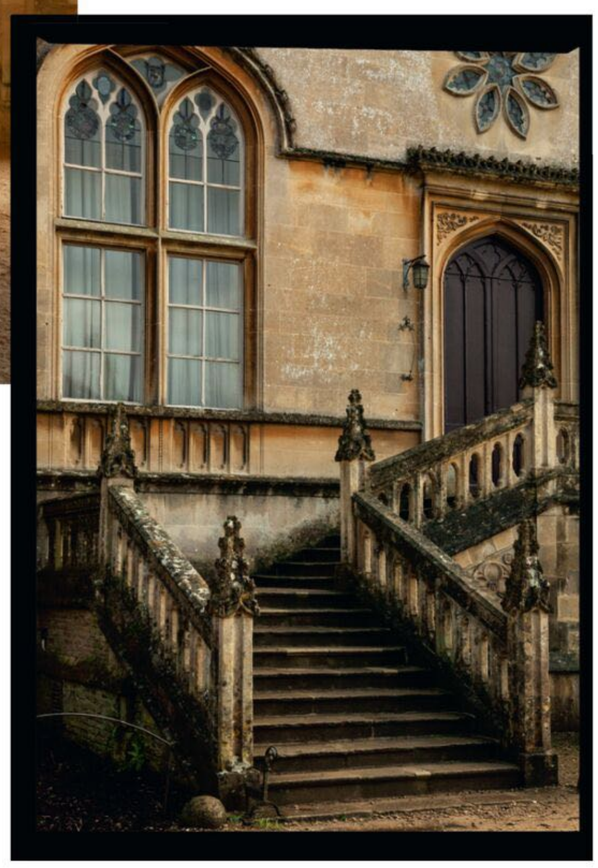
Pythouse Kitchen Garden.



De abdij in Lacock.

De woonkamer in The Manor House Hotel.

Athina Kontos is freelance reis- en lifestylefotograaf en journalist, gevestigd in Londen. Ze is het gelukkigst in de buitenlucht en haar werk onderzoekt vaak duurzaamheid en de relatie met de natuur.



Pythouse Kitchen Garden.

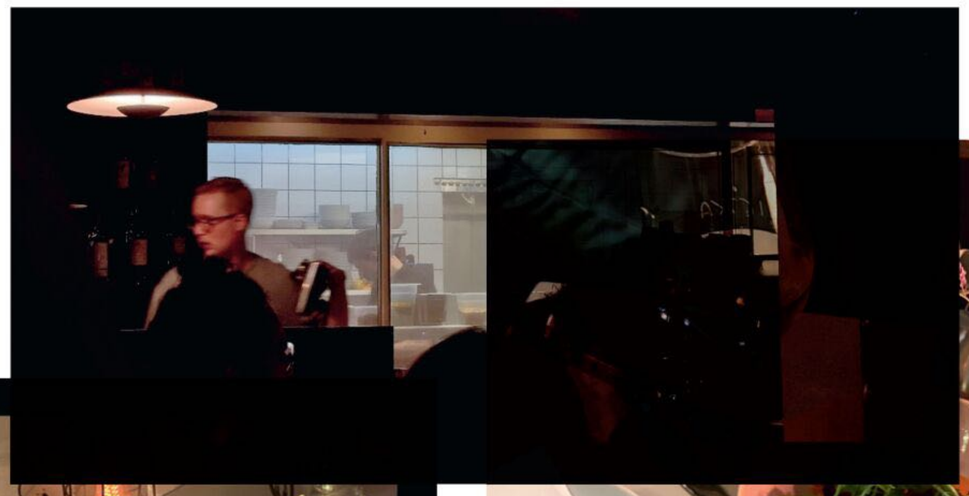
Uit de eigen moestuin

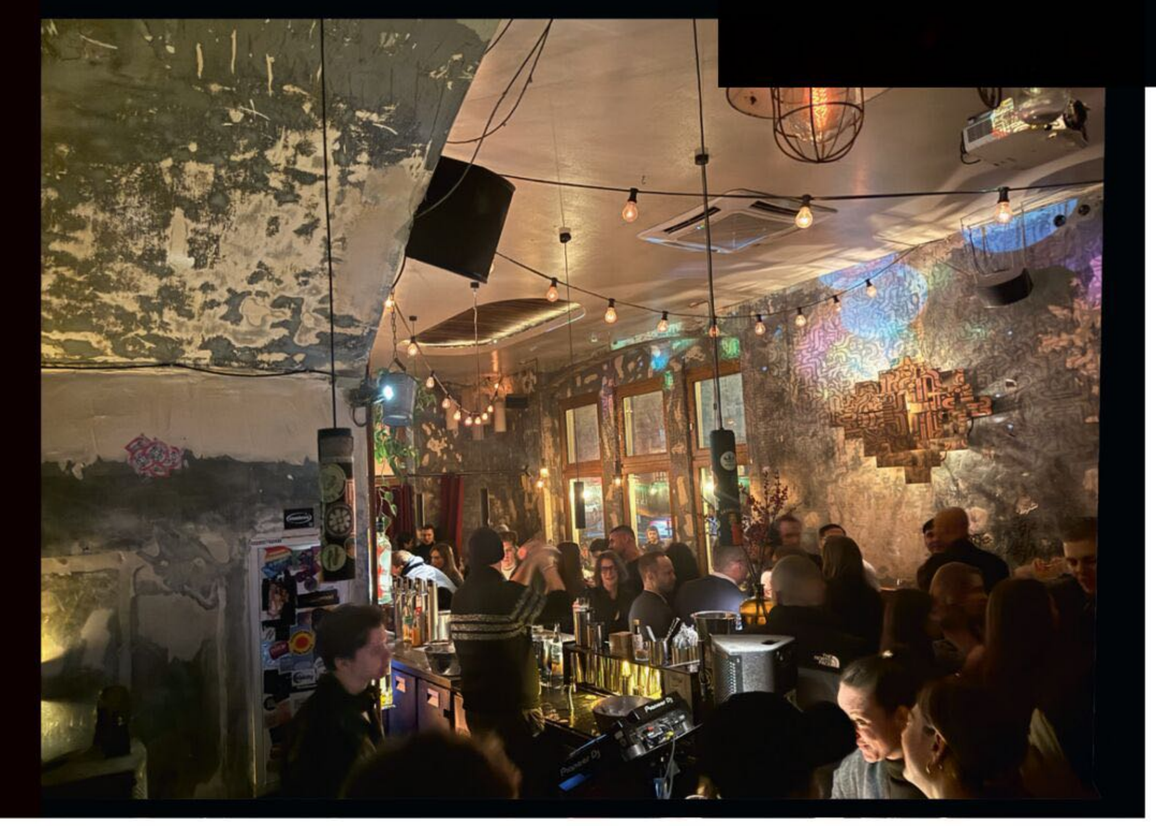
bouwwerken te bezoeken. Het moderne stadje bruist van de onafhankelijke winkels, koffiehuizen, pubs en restaurants.

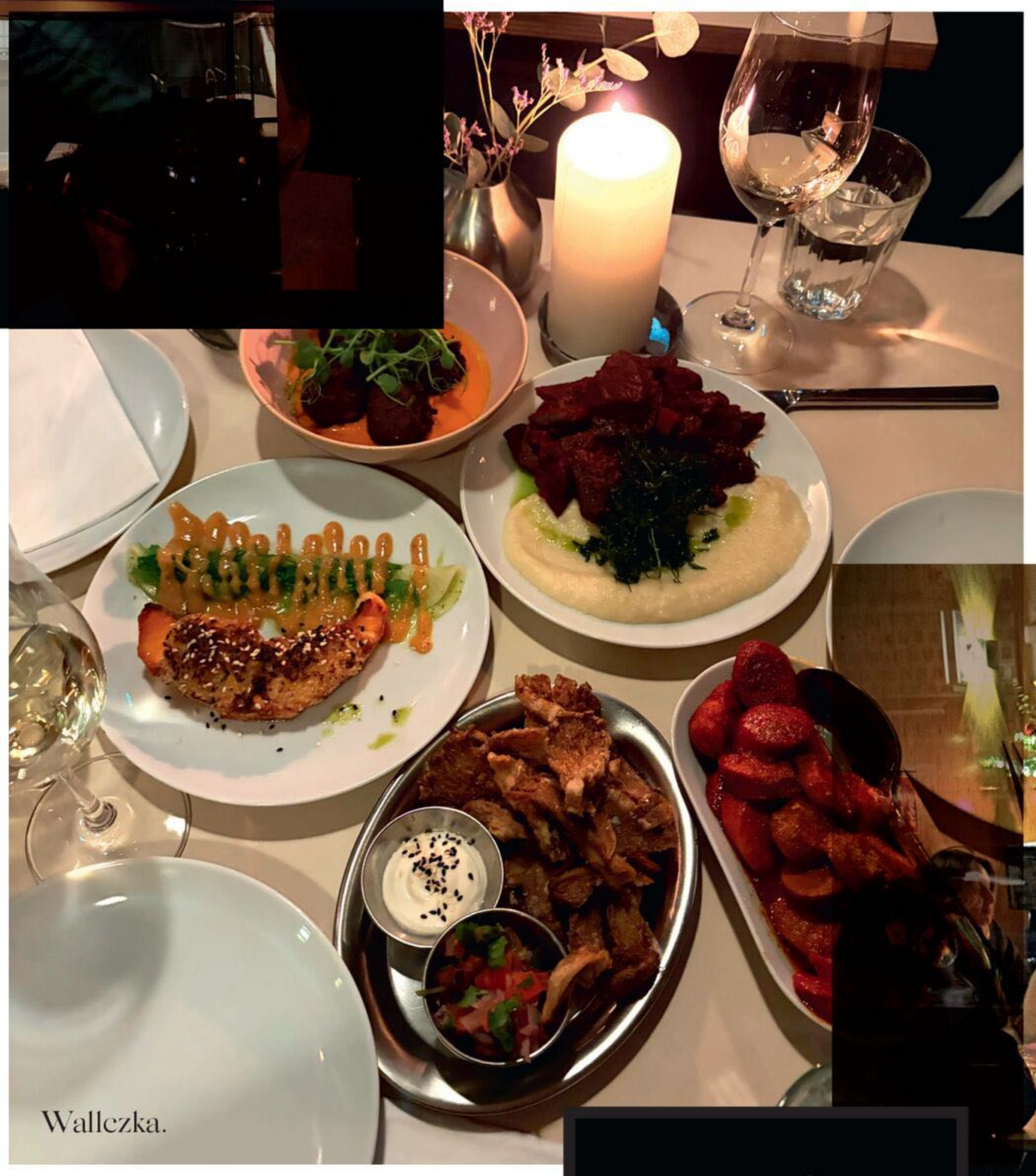
Het duurzame restaurant Pythouse Kitchen Garden in South Wiltshire is een botanische parel. Je eet er in een achttiende-eeuwse ommuurde moestuin die hoort bij een statig huis. Ze maken er eigen botanische limonades waarvoor de kruiden, bloemen en fruit grotendeels eigen kweek is. Op het menu aardse gerechten als pastinaak-hash browns met truffelmayonaise, gerookte prei en handgemaakte pappardelle met parelhoen.

Mijn liefde voor Wiltshire heeft ook alles te maken met de overweldigende natuur. Mijn favoriete bos is Savernake Forest niet ver van het stadje Marlborough: een loofbos (4500 hectare) met een grote verzameling oude eikenbomen. Sommige meer dan duizend jaar oud, zoals Big Belly Oak, Amity Oak en The King of Limbs. Die laatste vormde de inspiratie voor het gelijknamige album van Radiohead uit 2011.

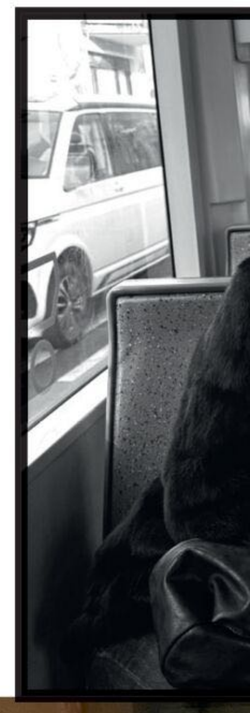
Dansen bij Zum Scheuen Reh







Wallczka.



Frangelico Sour after dinner

KEULEN

Jools en Laura gingen samen naar Keulen om vriendin Geesje op te zoeken die daar tijdelijk woont. Na drie dagen shoppen, eten en stappen weten de drie het zeker: *Köln ist cool*. En ook nog eens om de hoek.

tekst en fotografie JOOLS VERSCHUUREN

Geesje had er al over opgeschept: de cheescake van The Coffee Gang bij haar in de straat. Fris, luchtig, bijna yoghurtachtig, dus niet te machtig – we moesten 'm proeven. Het is meteen onze eerste stop na aankomst. En geen woord gelogen. De koffie is lekker, de cheesecake een droom en allemaal heel betaalbaar. Ze schenken ook filterkoffie (favoriet van Geesje).

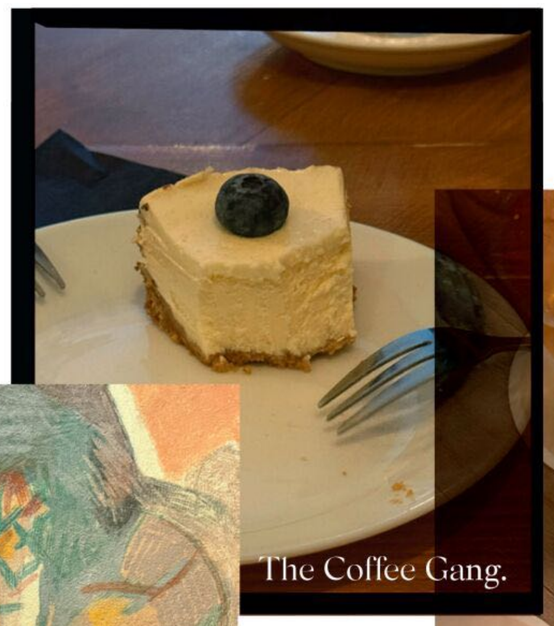
Om het beroemde Duitse bier te proeven gaan we einde dag naar Herzblatt. We bestellen er bietenfrietjes met truffel-mayo en een *Kartoffel Wafel* met bloedworst en appel. Perfecte snacks om te delen. In de zomer is ook de biertuin open. Goed om te weten: gesloten op maandag, dinsdag en zondag.

Daarna schuiven we aan bij Wallczka (wel even reserveren, want altijd druk hier). We krijgen een knusse plek bij het raam en een menu met een potlood erbij en mogen zelf aanvinken wat we willen bestellen. Vaak krijg ik daar een all-you-can-eat-vibe van, maar hier niet. We bestellen verschillende gerechtjes, zodat we veel kunnen proeven. Mijn favorieten waren de *Krakauer Currywurst* met huisgemaakte currysaus en de gefrituurde oesterzwammen. Gees en Lau bestellen een extra portie *knusprige* zucchini-albondigas (courgetteballetjes in tomatensaus). Toe kiezen we een taartpunt uit de vitrine. In plaats van de favoriete esma probeer ik de Frangelico sour erbij. Lijkt op een amaretto sour, maar deze is romiger en op basis van de Italiaanse hazelnootlikeur Frangelico. After-dinner-dansen kan bij Zum Scheuen Reh: leuke bar met dj, waar jong en oud door elkaar staan. Andere leuke plekken om te dansen in de stad zijn Bumann & Sohn en Friends Club.

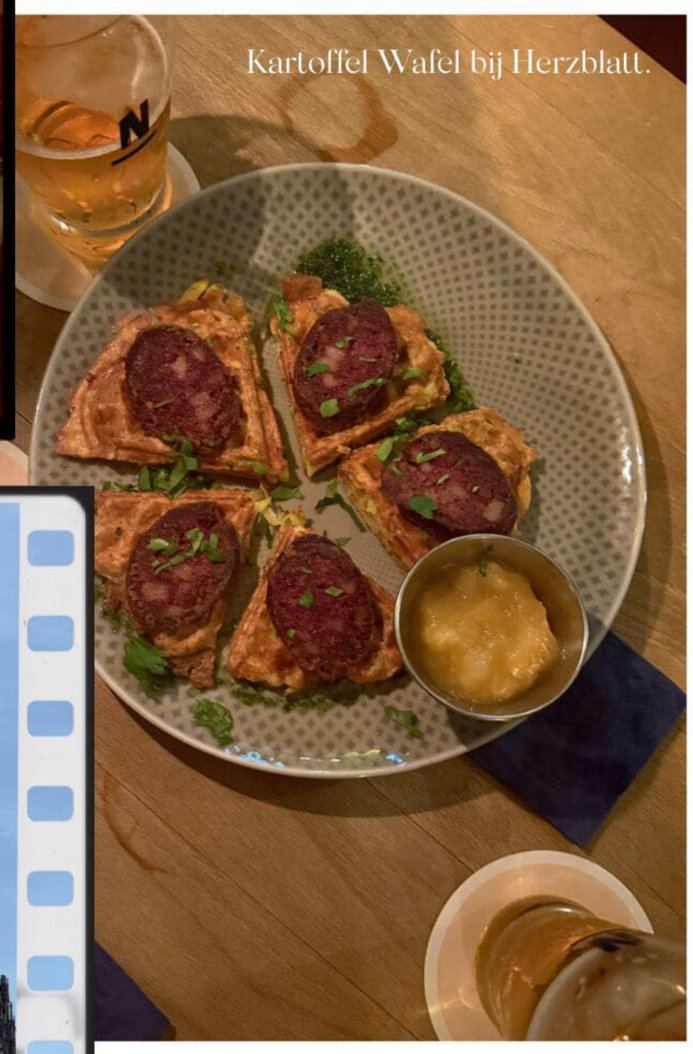
MEE NAAR HUIS JIJ

De volgende morgen ontbijten we bij Café Walter. Voor de koffie worden de biologische bonen van de Keulse koffiebranderij Holm gebruikt. Ook de eitjes, kazen, melk en vleeswaren komen

Schildering in de Dom.



The Coffee Gang.



Kartoffel Wafel bij Herzblatt.

Bekijk de stad vanaf de Dom

Jools Verschuuren (26) is fashion-model met een passie voor mode, fotografie en film.

Yayoi Kusama in haar studio.

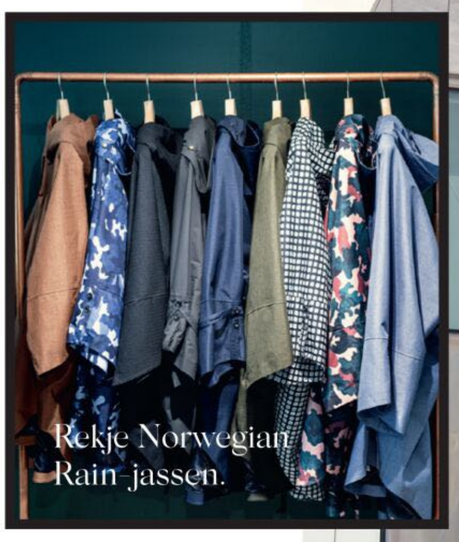
TOM HAAR

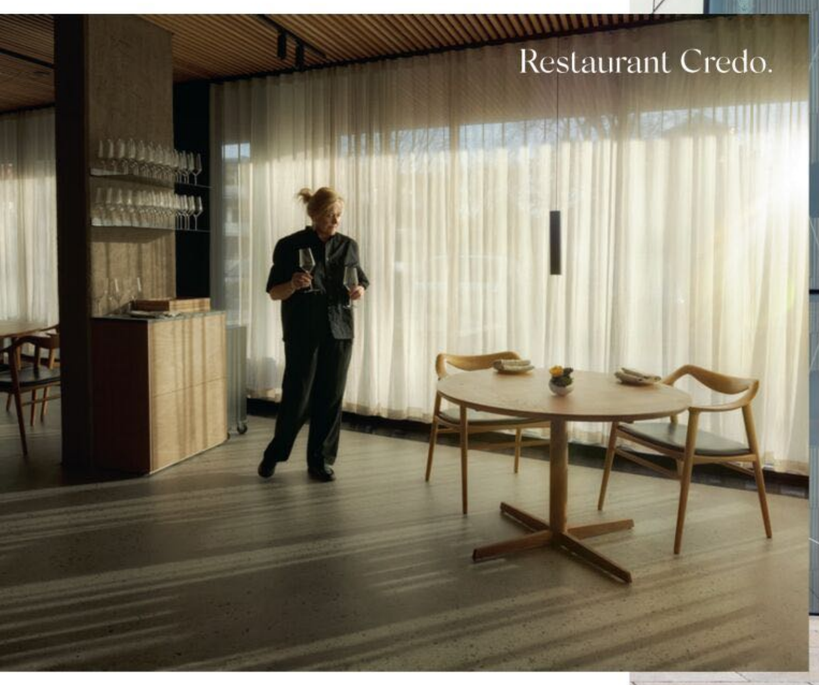
zo veel mogelijk uit de buurt. Een goed adres om te steunen. Wij gaan voor broodje Walter: stevig brood met kaas, tomaat, sla en twee spiegeleieren. Nog even langs bij de oudste bakkerij van Keulen, Bäckerei Konditorei Brochmann. Helaas, een lege vitrine. We kunnen nog net wat amandelkoekjes bemachtigen.

In het MAKK is de permanente tentoonstelling *Art + Design in Dialogue*, over hoe je alledaagse functionele producten in een mooi jasje kunt steken. In modernekunstmuseum Ludwig kun je tot 2 augustus kijken naar het werk van Yayoi Kusama en tot 8 november naar de Amerikaanse pop-arttentoonstelling *De/Collecting Memories from Turtle Island*.

Nog even naar binnen in de beroemde Dom van Keulen. We beklimmen de 533 traptreden van de toren voor een waanzinnig uitzicht over de stad. Niet ver van de Dom zit Gaffel am Dom, een typisch Keuls *Brauhaus* waar je je biertje moet afschermen met een viltje, anders staat er zo (ongevraagd) weer een nieuwe voor je neus. Om het af te leren bestellen we een portie curryworst en *Käsespätzle* om te delen.

Je reist duurzaam en binnen drie uur met de trein naar Keulen. Goed om te weten: de zondag is heilig in Duitsland. De Duitsers hebben er de speciale *Arbeidsrustwet* voor, een verplichte rustdag en winkels zijn dan dus gesloten.





Oslo is een openluchtmuseum voor architectuur

OSLO

Dobberen in het ijskoude water

Afgelopen zomer toerde Stephanie met een Interrail-pas door Scandinavië en leerde Oslo kennen. Daar waar je kunt chillen in drijvende sauna's, en de beste regenjas ter wereld koopt.

tekst STEPHANIE PANDER *fotografie* BRENDA VAN LEEUWEN

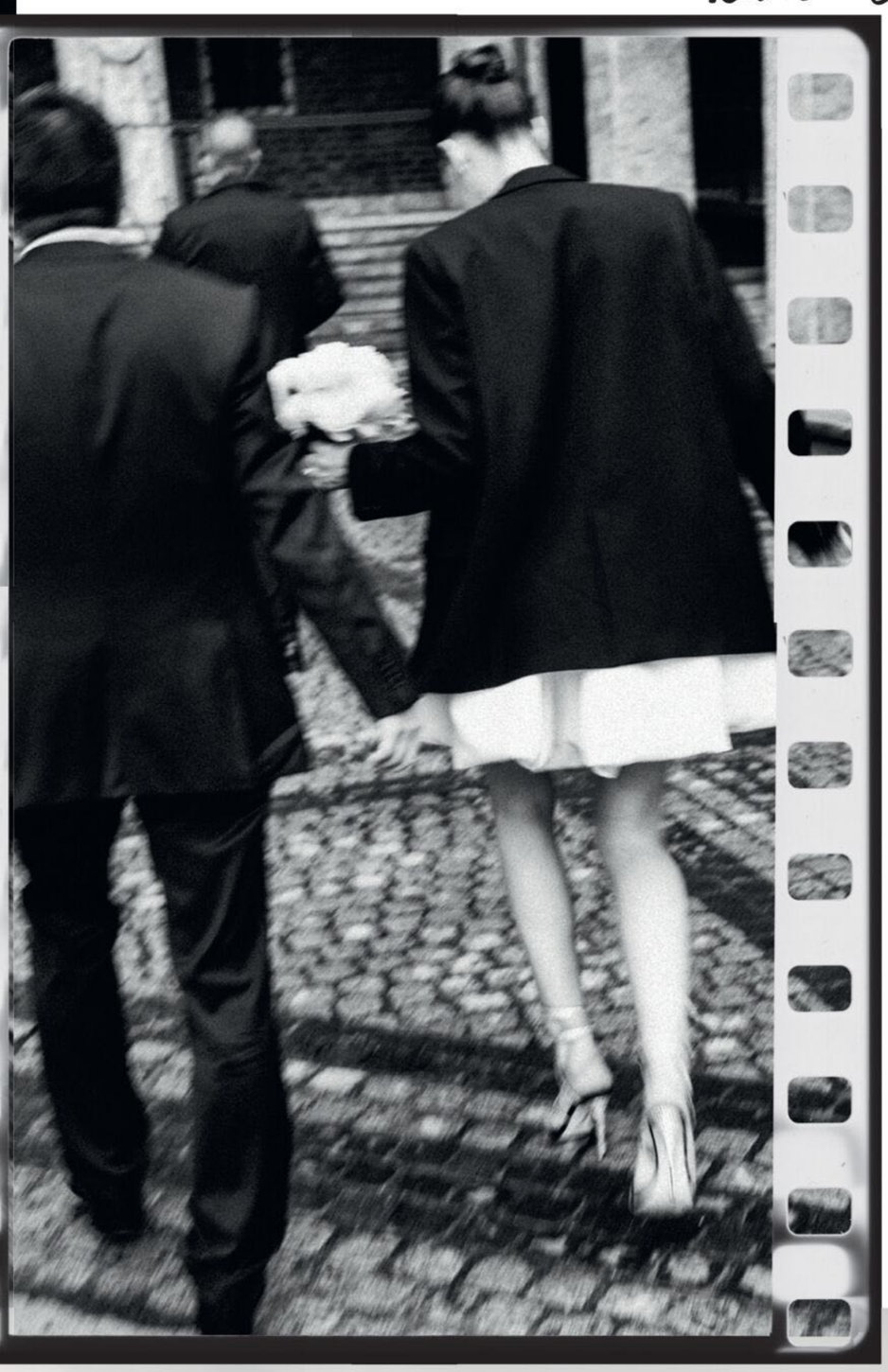
Je kunt niet alleen de beste regenjas kopen in Oslo. De Noren willen graag in álles de beste zijn. Kunst, architectuur, culi: overal in uitblinken. Er wordt fors geïnvesteerd in openbare gebouwen en fancy stadswijken, want geld genoeg. Noorwegen staat consequent in de top 5 van rijkste landen ter wereld. De Noren zelf, die zijn ingetogen en bescheiden, meestal gehuld in outdoorkleding en altijd met een rode neus van de kou.

Als ik het station uit stap, snap ik waarom ik niet eerder in Oslo was. Het is geen Stockholm of Kopenhagen, geen *love at first sight*, het ligt ver van de geijkte routes en … het regent er bijna altijd. Het is niet voor niets dat uitgerekend de Noren de mooiste, meest functionele en ook best wel dure regenjas ooit hebben bedacht, die ze – hoe kan het ook anders – Norwegian Rain doopten.

Het was in een klein atelier in de stad Bergen – waar het nog vaker regent dan in Oslo. Oprichter Alexander Helle en ontwerper T-Michael van Norwegian Rain hadden maar één missie: de beste regenjas ter wereld maken. Die jas moest geweldig zitten, comfortabel dragen, duurzaam gemaakt worden en onverwoestbaar, superstijlvol en uiteraard honderd procent waterdicht zijn. Missie geslaagd en inmiddels zijn er winkels in Bergen, Oslo, Tokio en Parijs. Anna Murphy, fashion editor

PER ANDERS JÖRGENSEN

Babbo Collective voor tosti's met kaas en kimchi

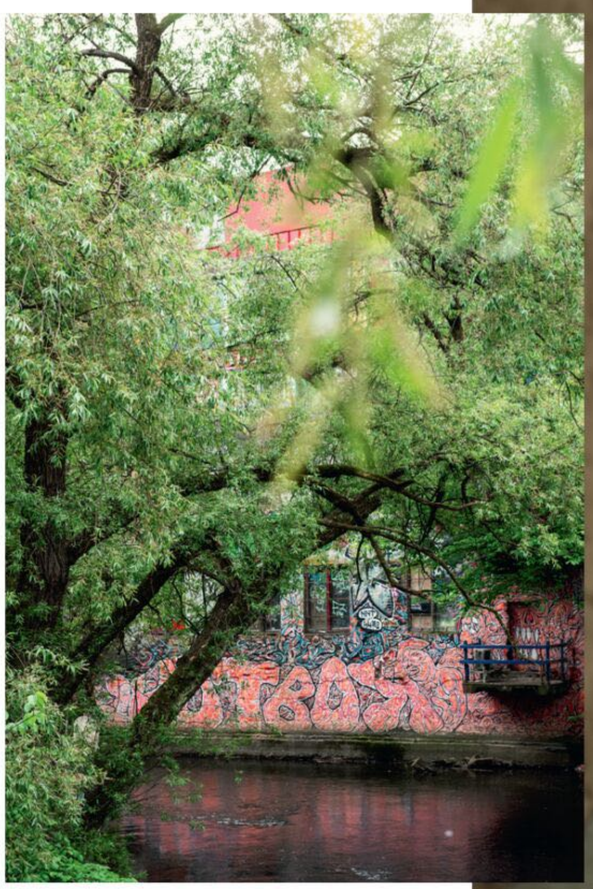


Stephanie Pander is een niet-vliegende reisjournalist die met trein en auto naar alle uithoeken van Europa reist. Meer over de totstandkoming van deze reisverhalen lees je op Motel Europa, haar nieuwsbrief op Substack.

van *The Times*, maakte de jas onsterfelijk door het zich hardop af te vragen in haar krant: *Could this be the best raincoat in the world?*

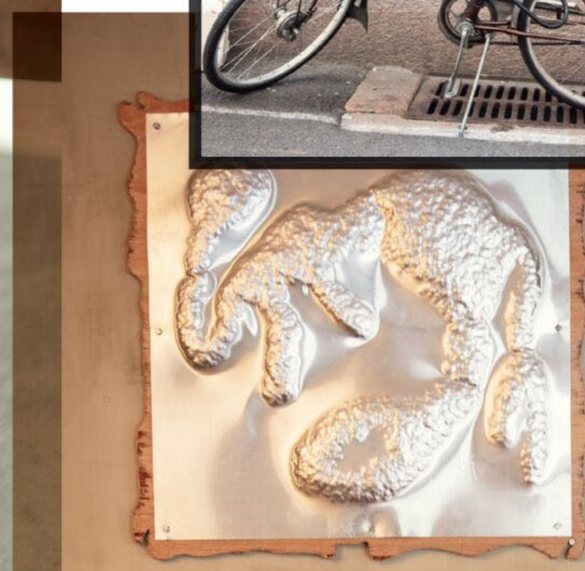
In de flagshipstore in Oslobukta pas ik *signature* model Raincho; uniseks, zit heerlijk. Ik draai wat rondjes voor de spiegel, maar durf niet naar het prijskaartje te kijken. Ik word gered door de zon die doorbreekt. Snel naar buiten, kunst kijken, dat leidt af.

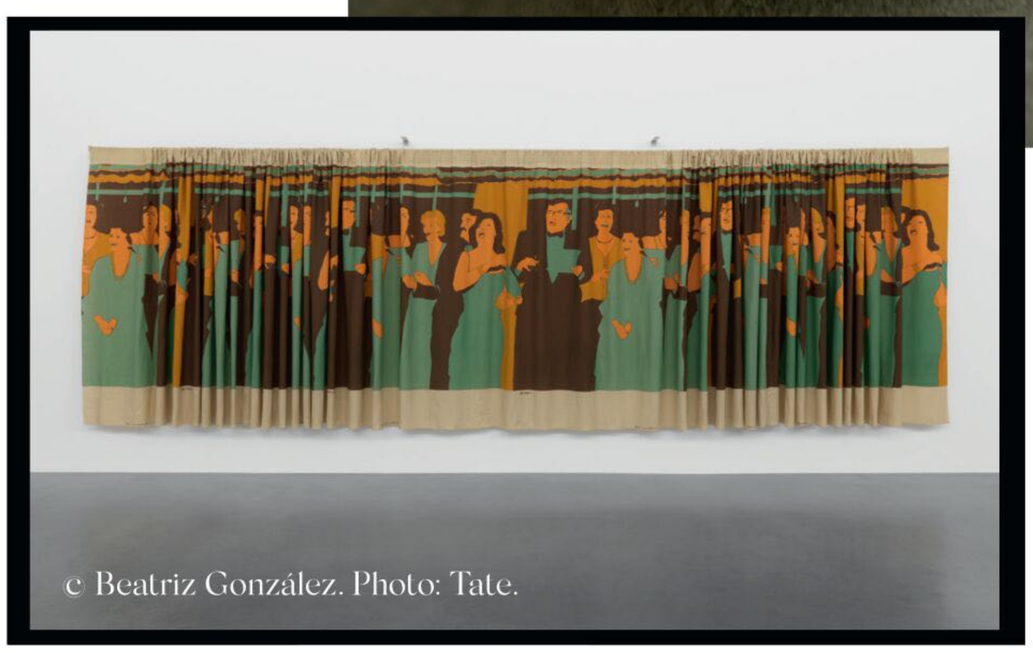
De gloednieuwe wijk Oslobukta ligt niet ver van het station, direct aan het water en pal naast de imposante opera. Als je om het gebouw heen loopt kun je aan de achterkant, door de hoge ramen, in de ateliers kijken waar de kostuums en pruiken worden gemaakt. Daarachter torent het Munch-museum, waar je deze zomer kunt kijken naar het werk van de Portugees-Britse kunstenaar Paula ›



Coquille bij Credo

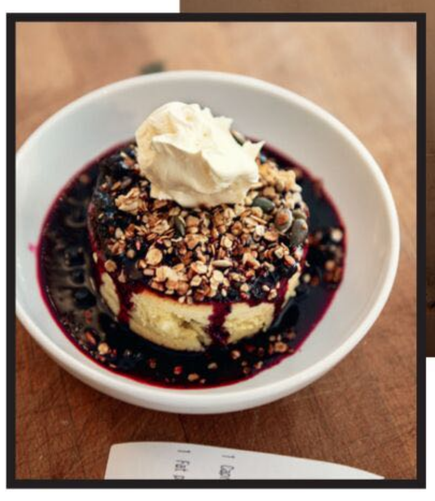
Restaurant Credo.





© Beatriz González. Photo: Tate.

Beatriz Gonzáles in Astrup Fearnley Museet



Rego (1935–2022). Aan het andere uiteinde van de baai is het Astrup Fearnley Museet, het Voorlinden van Oslo. Je kunt er deze zomer kijken naar een retrospectief van de dit jaar overleden Colombiaanse kunstenaar Beatriz González (1932–2026).

REUSACHTIGE PUNTEN CHEESECAKE

Oslo is oogverblindend; zo'n beetje alle hoogtepunten liggen langs de waterkant en als je moe bent van het galerie- en museumhoppen, wacht er een drijvende sauna. Maar waar is het rafelrandje van de stad, waar drinken de 'gewone' Noren koffie, waar gaan ze lunchen, shoppen en dansen? De volgende dag neem ik de tram naar de wijk Grünerløkka. Het is niet veel, een paar straten maar, toch hangt er een compleet andere vibe.

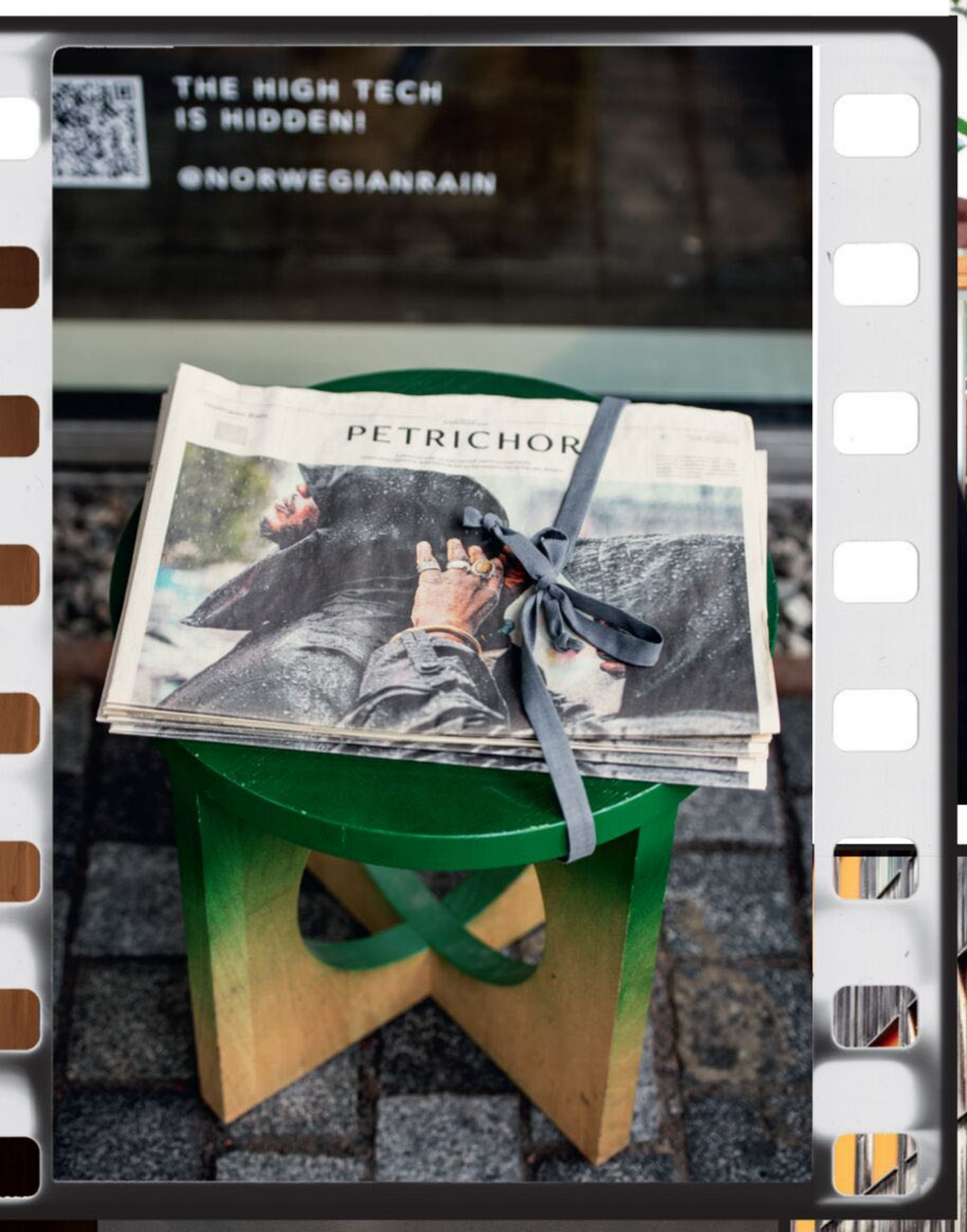
Babbo Collective is overduidelijk de place to be voor koffie, ontbijt en lunch. Ze serveren er tosti's met veel kaas en kimchi, reusachtige punten cheesecake, kaneelbroodjes en zuurdesempizza. Ook achter dit collectief schuilen Noren met een missie: van Oslo een culi-hotspot maken met de focus op duurzaamheid, vriendelijkheid en een eerlijke prijs. Hun logo is de oldskool gele smiley. Inmiddels zijn er drie Babbo-restaurants en binnenkort opent de eerste eigen bakkerij.

Vanuit Babbo Øvrefoss in Gründerløkka wandel ik langs de oevers van de Akerselva terug naar het centrum. Eerst door een park, maar het pad komt uit bij de voormalige textielfabriek Indigo, tegenwoordig een culturele hub met als hotspot Club Ingensteds. Het voelt een beetje als de Berlijnse wijk Kreuzberg in de jaren tachtig: overal graffiti, pop-upateliers en nachtclubs.

Als afsluiter nog wat goede eetadressen. Wij aten geweldig bij Madonna (diner) en Holzweilerplatz (lunch), beide in de nieuwe wijk Oslobukta. Vorig jaar opende het langverwachte Credo in de Nasjonalbiblioteket. Chef-eigenaar Heidi Bjerkan bestierde 25 jaar lang Credo in haar geboortestad Trondheim, waar zij de eerste groene Michelinster ter wereld in de wacht sleepte. Zij verruilde in 2025 Trondheim voor Oslo en zou geen Noorse zijn

PER ANDERS JÖRGENSEN

Op zoek naar de beste regenjas ter wereld



Bar Bellini.

Boterberg bij Babbo.

Barbican Art Gallery, David Parry © Beatriz González

Art, Food, Oslo!

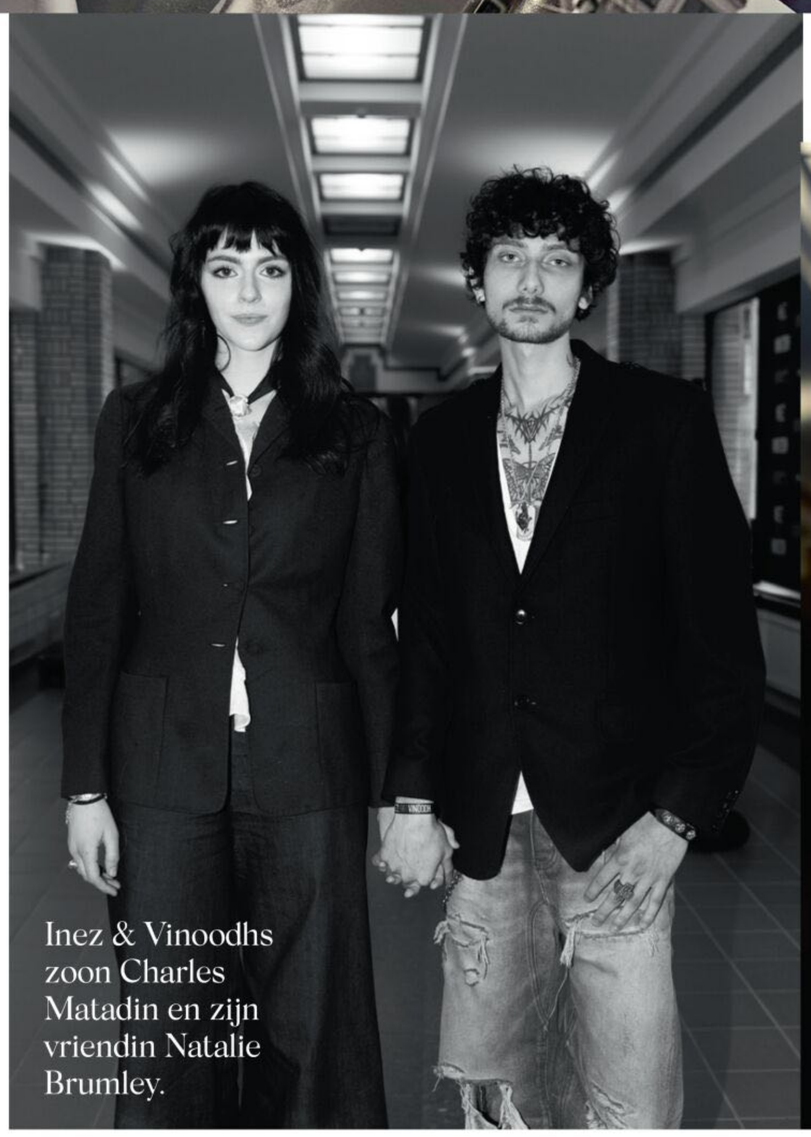
Aan de bar bij Izakaya bar in Sommero Hotel

als ze geen missie had: '*I want to showcase Norwegian food culture, its past, present and future*.' Denk aan ceviche van vergeten schelpdieren en gepickelde oesters. *Bring it on*, Heidi!

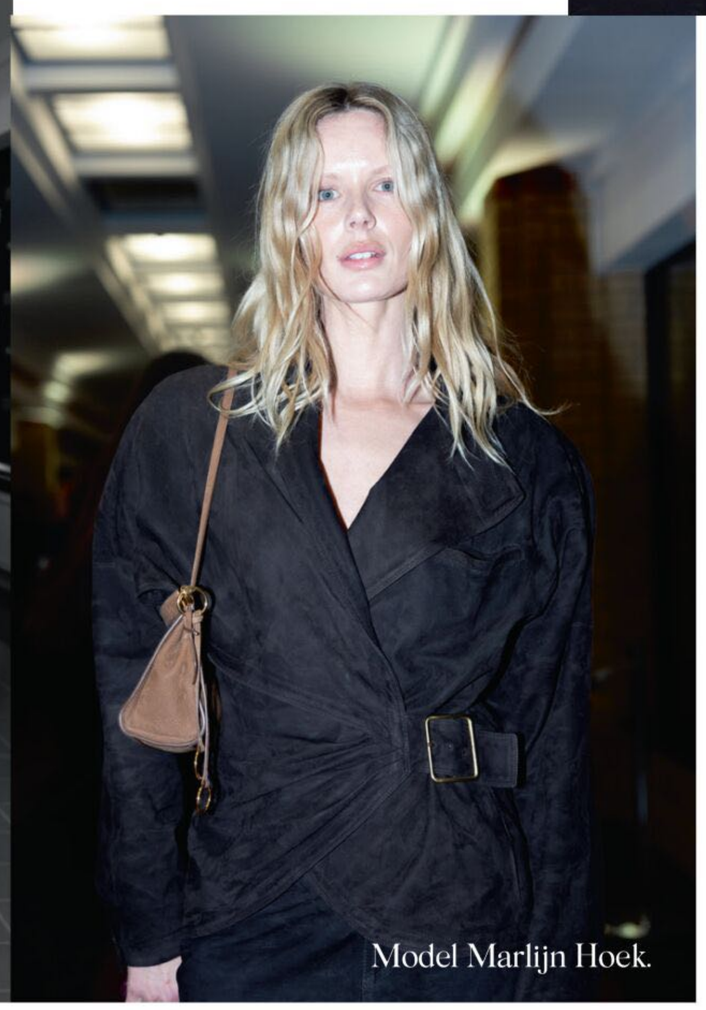
MET DE TREIN NAAR OSLO

Stephanie maakte deze reis met een Interrail Global Pass en reisde eerste klas via Hamburg, Kopenhagen, Göteborg naar Oslo, en weer terug. Je kunt de reis zelf uitbreiden door over de Bergensbanen van Oslo verder te reizen naar Bergen of een omweg te maken via Stockholm. Met een Interrail Pass kies je vooraf het aantal reisdagen, maar je bepaalt zelf wanneer je die verzilvert. Superflexibel dus.
Kijk voor info, tips en reisinspiratie op interrail.eu. ■

Fotografenduo Inez & Vinoodh.



Inez & Vinoodhs zoon Charles Matadin en zijn vriendin Natalie Brumley.

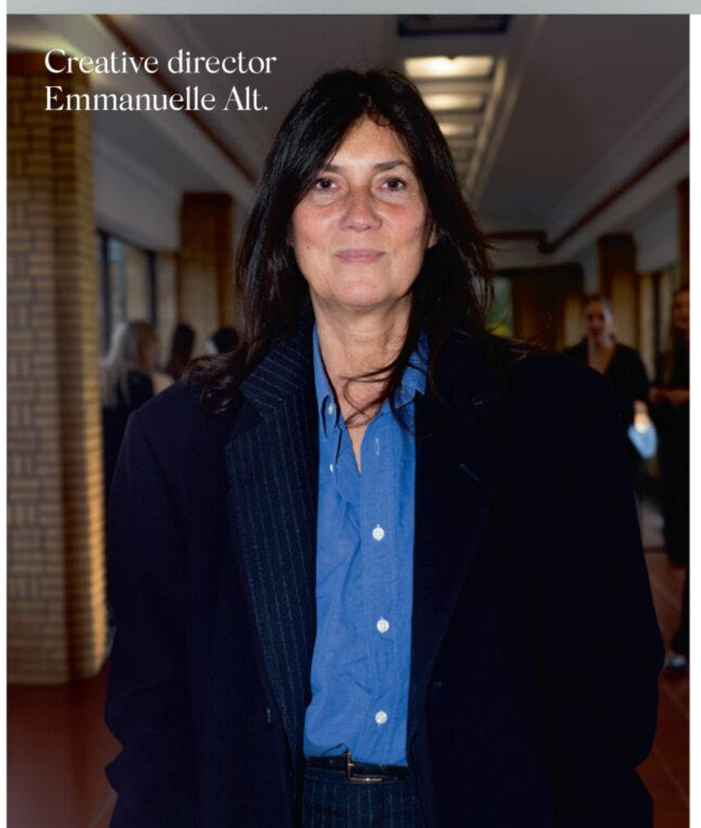


Model Marlijn Hoek.

A NIGHT AT THE MUSEUM

Veertig jaar Inez & Vinoodh, dat mag gevierd worden. En *guess what*: dat wérd het ook. De opening van hun jubileumtentoonstelling *Can Love Be a Photograph* op 20 maart trok *everyone who's anyone in fashion* naar Kunstmuseum Den Haag.

fotografie AMBER DEWI, KIRSTEN VAN SANTEN

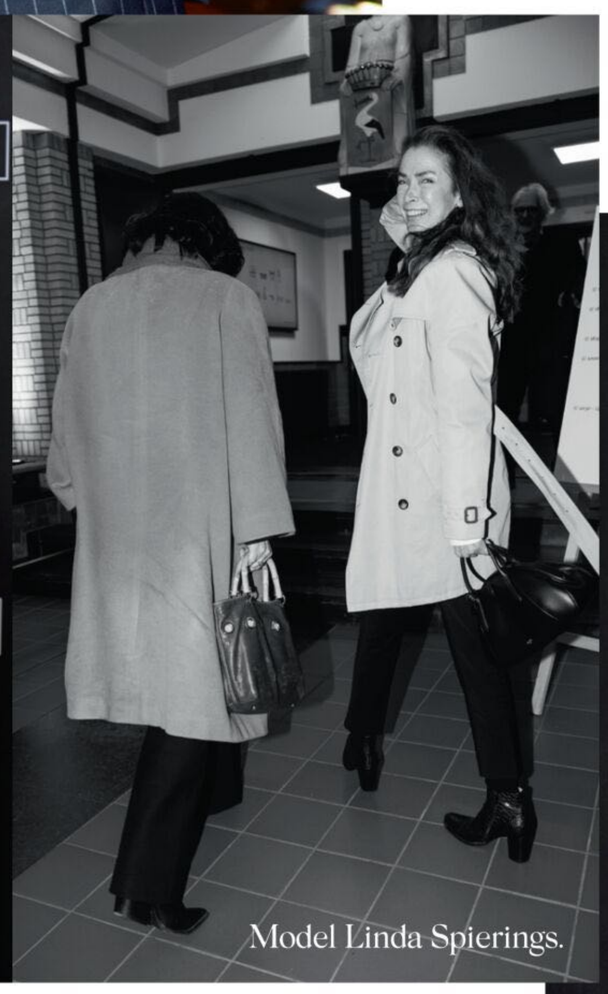


Creative director Emmanuelle Alt.

Haider Ackermann, creative director bij Tom Ford.

Modeontwerpers Viktor & Rolf.

Model Anja Rubik.



Model Linda Spierings.

Modellen Saskia de Brauw en Malgosia Bela.

Modefotograaf Chris Colls en model Alexandra Agoston.

Vogue's editor at large Stephanie Broek.

Gaga & Inez (Lady Gaga en Inez van Lamsweerde) in de tentoonstelling *Can Love Be a Photograph*.

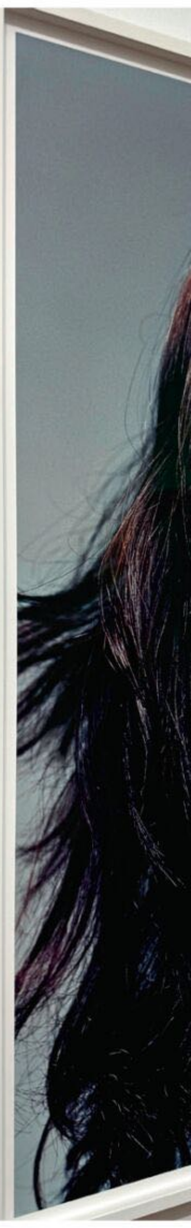
Vogue's Linda Gümüs Gerritsen en Marie Nanette Schaepman onderweg met Polestar.

Bill Murray in de tentoonstelling *Can Love Be a Photograph*.

Modeontwerper Virginie Viard en haar man, producer Jean-Marc Fyot.

Modellen Felice Noordhoff en Natasha Poly.

Modeontwerper Iris van Herpen.



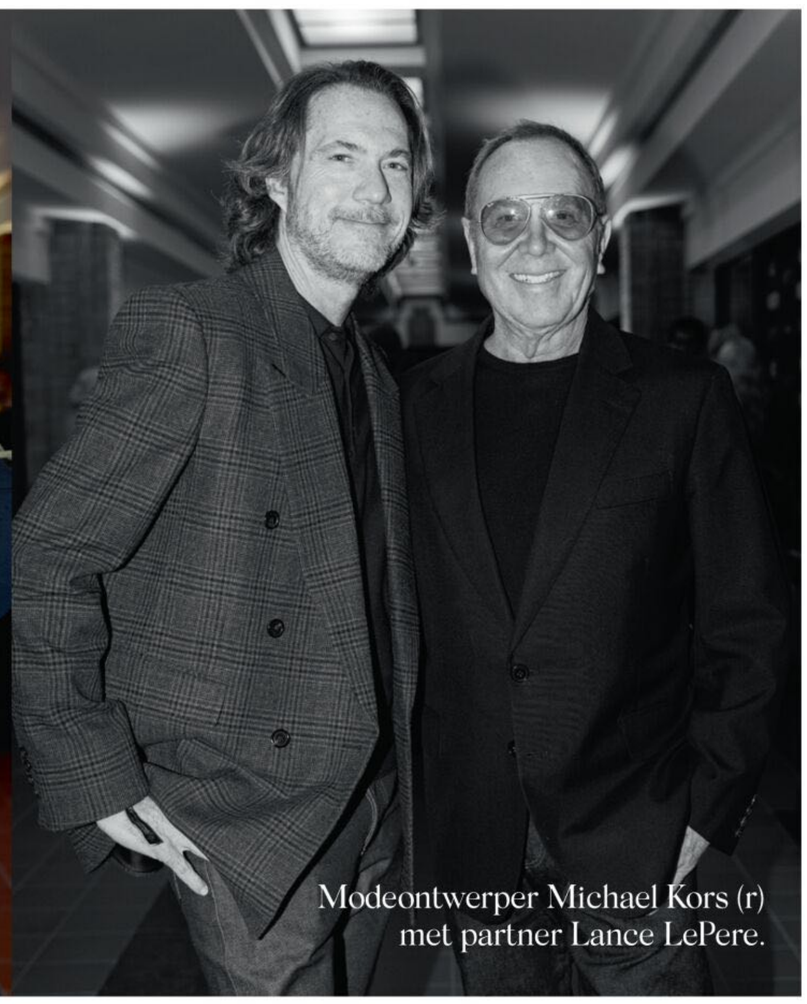
Me Kissing Vinoodh (Lovingly) – 1999, te zien in *Can Love Be a Photograph*.

Modellen en partners Sakua Kambong en Marjan Jonkman.

Inez & Vinoodhs zoon Charles Matadin in de expositie *Can Love Be a Photograph.*

Kate Moss in de expo *Can Love Be a Photograph.*

Zangeres en actrice Lou Doillon.



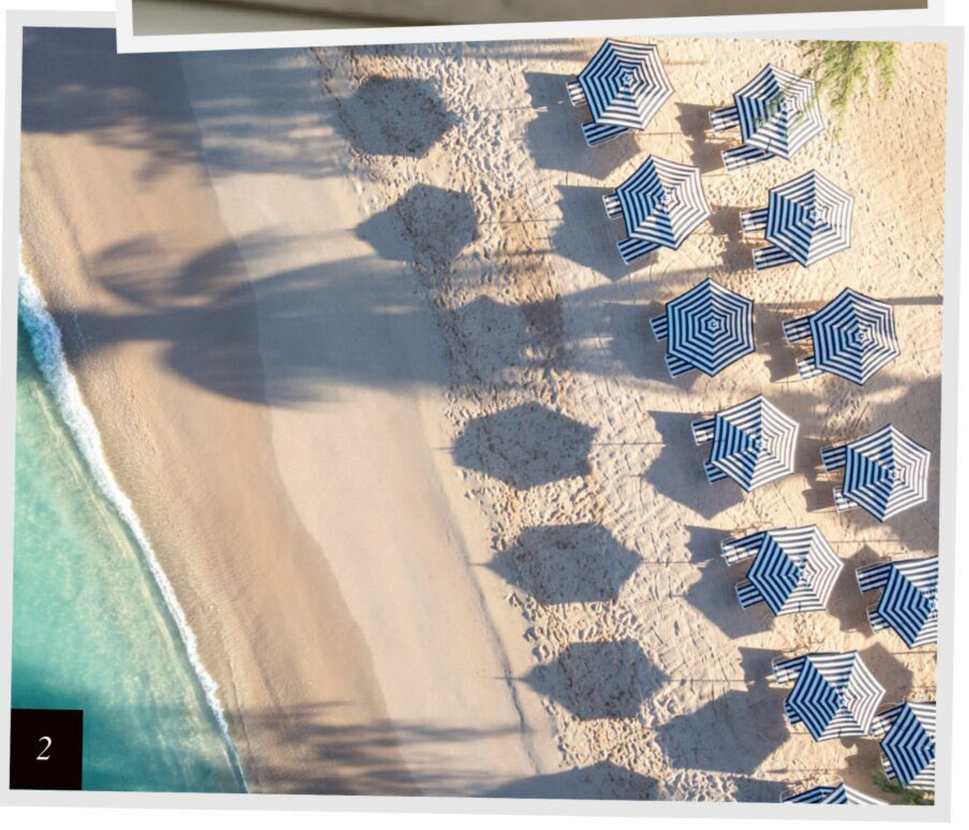
Modeontwerper Michael Kors (r) met partner Lance LePere.

Modellen Bess en Parker van Noord.

Dat fotografenkoppel Inez van Lamsweerde en Vinoodh Matadin veel vrienden hebben vergaard in de fashionwereld, is een understatement. Van Michael Kors en Haider Ackermann tot fotograaf Chris Colls en heel veel *Vogue*-covermodellen: iedereen was in Den Haag aanwezig om veertig jaar Inez & Vinoodh te vieren. De sfeer was uitgelaten, en het paar liep rond met een big smile op het gezicht. ‘Dit voelt als onze bruiloft,’ vertrouwden ze *Vogue* toe, ‘al deze mensen zijn speciaal voor ons hierheen gekomen.’ En voor de tentoonstelling natuurlijk, die imponeert. Elke zaal heeft een compleet eigen uitstraling; een bijzondere ervaring om de mooiste foto’s van het fotografenduo zo bij elkaar te zien. Zeker in het bijzijn van henzelf én zo veel andere modegrootheden. Het bleef nog lang onrustig in Den Haag. ■

1

1



2

The List

Een bijzonder parfummerk dat het op geheel eigen wijze aanpakt, een watertandend lekkere brasserie en een *hideaway* in eigen land – een greep uit de heerlijkste *brands* en adressen van de maand.

PETITE MORT (1)

Petite Mort is ontstaan vanuit een duidelijke visie: luxe parfums toegankelijk maken zonder concessies te doen aan kwaliteit of beleving. Waar traditionele designergeuren vaak gepaard gaan met hoge prijskaartjes, biedt Petite Mort een verfijnd alternatief dat dezelfde intensiteit en uitstraling levert – tegen een eerlijke prijs. Elke geur wordt samengesteld met een hoge parfumconcentratie van 30 procent, aanzienlijk hoger dan de standaard. Dit zorgt voor een langdurige, krachtige werking die de hele dag aanwezig blijft en zich gedurende de dag subtiel blijft ontwikkelen. De collectie bestaat uit meer dan honderd zorgvuldig ontwikkelde geuren, geïnspireerd door iconische parfums, maar verfijnd met een eigen signatuur en interpretatie. Petite Mort combineert deze kwaliteit met een doordachte, premium merkbeleving, van de minimalistische, luxe flacons tot de precisie in productie en rijping. In korte tijd hebben meer dan honderdduizend klanten kennisgemaakt met deze nieuwe standaard in parfumerie. Petite Mort bewijst dat echte luxe niet draait om prijs, maar om concentratie, consistentie en vakmanschap. *petitemort.co*, *@petitemort.co*

COLONY CLUB (2)

Een Luxury Collection Resort op Barbados, ontstaan in een sfeer van verfijnde sensualiteit en ingetogen weelde. Dit resort, aan de legendarische Platinum Coast van het eiland, ontvouwt zich tussen poederzacht zand en weelderige tuinen, waar elegantie vanzelfsprekend aanvoelt. Dwaal langs zonovergoten zwembaden, over gazons omzoomd door palmbomen en geniet van zorgvuldig samengestelde culinaire momenten met de ziel van Barbados. Koloniale architectuur wordt in balans gebracht met een eigentijdse verfijning, waardoor een ritme van langzame luxe en intieme ontdekking ontstaat. Elk detail is weloverwogen, maar tegelijkertijd moeiteloos, waardoor Colony Club zich positioneert als een tijdloos toevluchtsoord van stijl, natuurlijke schoonheid en moderne Caribische allure voor de meest veeleisende reiziger ter wereld. *colonyclubresortbarbados.com*, *@colonyclubbarbados*

HAVEN LAKE VILLAGE (3)

Een stijlvolle *hideaway* aan het water in Kortenhoef met vier watervilla's in boetiekhotelsfeer. Binnen: warme houttonen, rustige tinten en een hoogwaardige afwerking, met grote ramen die natuur en licht binnenhalen. Een dubbele inloopdouche met natuurlijk daglicht en fijne details maken het comfort compleet. Buiten wacht een riant buitenbad en een terras met luxe ligbedden, een eettafel met *heater* en een hangnet boven het water, perfect voor rustige ochtenden en een unieke zonsondergang. Voor extra selfcare: een ontspanningsmassage in de villa of de exclusieve restaurantservice in je eigen villa! In de zomermaanden maakt een luxe sloep van Jachthaven Kortenhoef het plaatje compleet, ideaal voor een zonnige tocht over de Loosdrechtse Plassen en de Vecht. *havenlakevillage.nl*, *@havenlakevillage*

ARKET x LAILA GOHAR (4)

Voor Spring/Summer 2026 presenteert Arket een samenwerking met kunstenaar Laila Gohar. Het in Stockholm gevestigde nordiclifestylebrand werkte samen met de in New York gevestigde kunstenaar aan haar eerste ready-to-wearcollectie. Laila Gohar staat bekend om haar werk op het snijvlak van food, design en installatie, waaronder eetbare sculpturen voor onder andere Prada en Hermès. De collectie bestaat uit 27 stukken en vertaalt haar wereld naar kleding. De ontwerpen variëren van meer functionele, op werkkleding geïnspireerde items tot verfijndere vrouwelijke silhouetten, met aandacht voor materiaal, ambacht en detail. Denk aan lichte zomerstukken, subtiele borduursels, handwerk en accessoires die de collectie compleet maken. De stukken zijn ontworpen voor momenten tussen het alledaagse en het bijzondere, en sluiten aan bij Arkets focus op draagbaarheid en tijdloos design. De Arket x Laila Gohar-capsulecollectie is verkrijgbaar via arket.com en in geselecteerde Arket-winkels wereldwijd. *arket.com*, *@arketofficial*

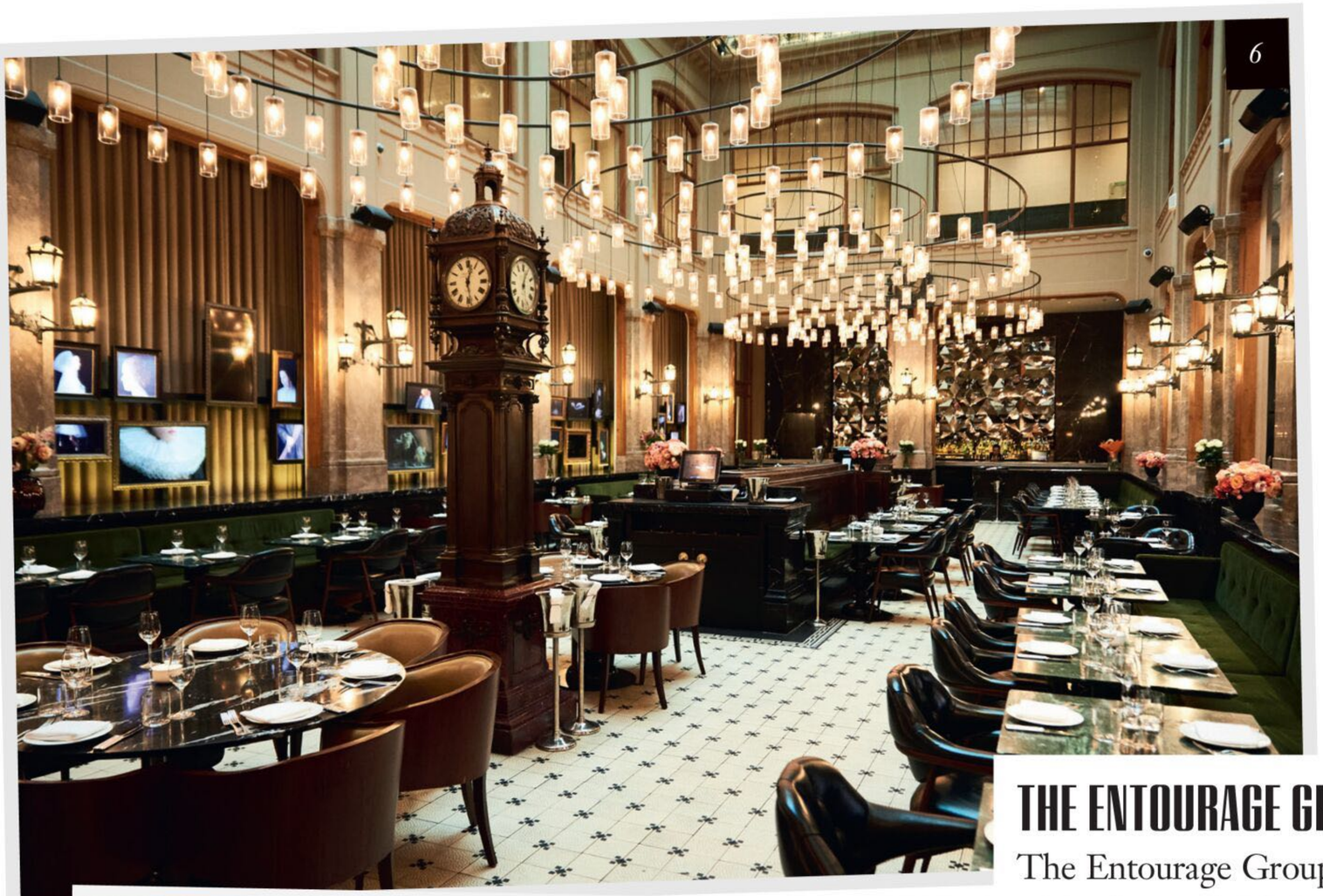
BRASSERIE MARGAUX (5)

Stel je een zonnige middag voor op een royaal Amsterdams terras, waar de sfeer van Zuid-Frankrijk tot leven komt. Onze keuken presenteert een verfijnde selectie Franse lekkernijen, perfect voor lunch, borrel en diner. Laat je verrassen door klassieke smaken en moderne elegantie, zorgvuldig samengesteld voor ieder moment van de dag. Ontdek onze uitgebreide wijnkaart met een mooie selectie Franse wijnen en proef onze Signature de Margaux, een verfijnde bite die perfect samengaat met een goed glas wijn. Geniet als hoofdgerecht van een perfect bereide steak au poivre en sluit af met een zoete tarte tatin of een heerlijk kaasplankje, voor een complete culinaire beleving. *brasseriemargaux.com*, *@brasseriemargaux*

3

4

5



THE ENTOURAGE GROUP (6)

The Entourage Group, dat is *hospitality at it's best*. Internationaal, stijlvol en altijd in beweging: ze behoort tot de meest toonaangevende hospitalitygroepen van Europa. Met iconische fine dining-locaties zoals Izakaya Asian Kitchen & Bar, Mr Porter Restaurant, Bar & Lounge (Amsterdam, Barcelona en Londen), Momo Restaurant, Bar & Lounge en The Duchess wordt gastronomie, design en sfeer moeiteloos samengebracht. Van Japanse *shared dining* met een Zuid-Amerikaanse twist tot dinerervaringen met uitzicht over de stad, en van verfijnde afternoonteas tot internationale *all-day dining* – bij The Entourage Group vind je een scala aan culinaire concepten.

Elke locatie heeft een eigen karakter, maar deelt dezelfde energie die uitnodigt om er eindeloos te blijven. Dit zijn meer dan restaurants alleen, maar bestemmingen om te beleven en te vieren. Vanuit deze sterke basis heeft The Entourage Group zich ontwikkeld tot een pionier binnen de high-end gastvrijheid, waarbij niet alleen restaurants worden gecreëerd, maar complete ervaringen die mensen samenbrengen. De visie van medeoprichter en eigenaar Yossi Eliyahoo draait om originaliteit en detail: elk concept krijgt een eigen identiteit en wordt afgestemd op de stad en zijn cultuur, terwijl het tegelijkertijd iets vernieuwends toevoegt. Dat zie je terug in de diversiteit van het aanbod, van gastronomische burgers bij The Butcher tot verfijnde Japanse gerechten en elegante dinerconcepten, waarbij sfeer, service en design hand in hand gaan. Sinds de start in Amsterdam in 2008 heeft de groep een indrukwekkende internationale groei doorgemaakt met locaties in onder meer Barcelona, Londen en een pop-up op Ibiza, en blijft het merk zich ontwikkelen met vernieuwende ideeën en concepten. Wat The Entourage Group onderscheidt, is het vermogen plekken te creëren waar gasten niet alleen komen om te eten, maar om te beleven, te ontdekken en te genieten, waardoor elke locatie uitgroeit tot een bestemming op zich en de groep een blijvende impact heeft op de moderne hospitalitywereld in Europa en daarbuiten. *the-entouragegroup.com*, *@the.entourage.group*

LES ATELIER x D-SKIN SUMMER CLUB (7)

Les Atelier en D-Skin zijn merken die verdergaan dan alleen mode en beauty. Les Atelier is ontstaan vanuit het besef dat modest fashion nog altijd te weinig gelaagd wordt benaderd. Het label spreekt de vrouw aan die *modest* gekleed gaat, maar tegelijk stijlvol, kosmopolitisch en krachtig is. Ingetogen en uitgesproken bestaan hier naast elkaar.

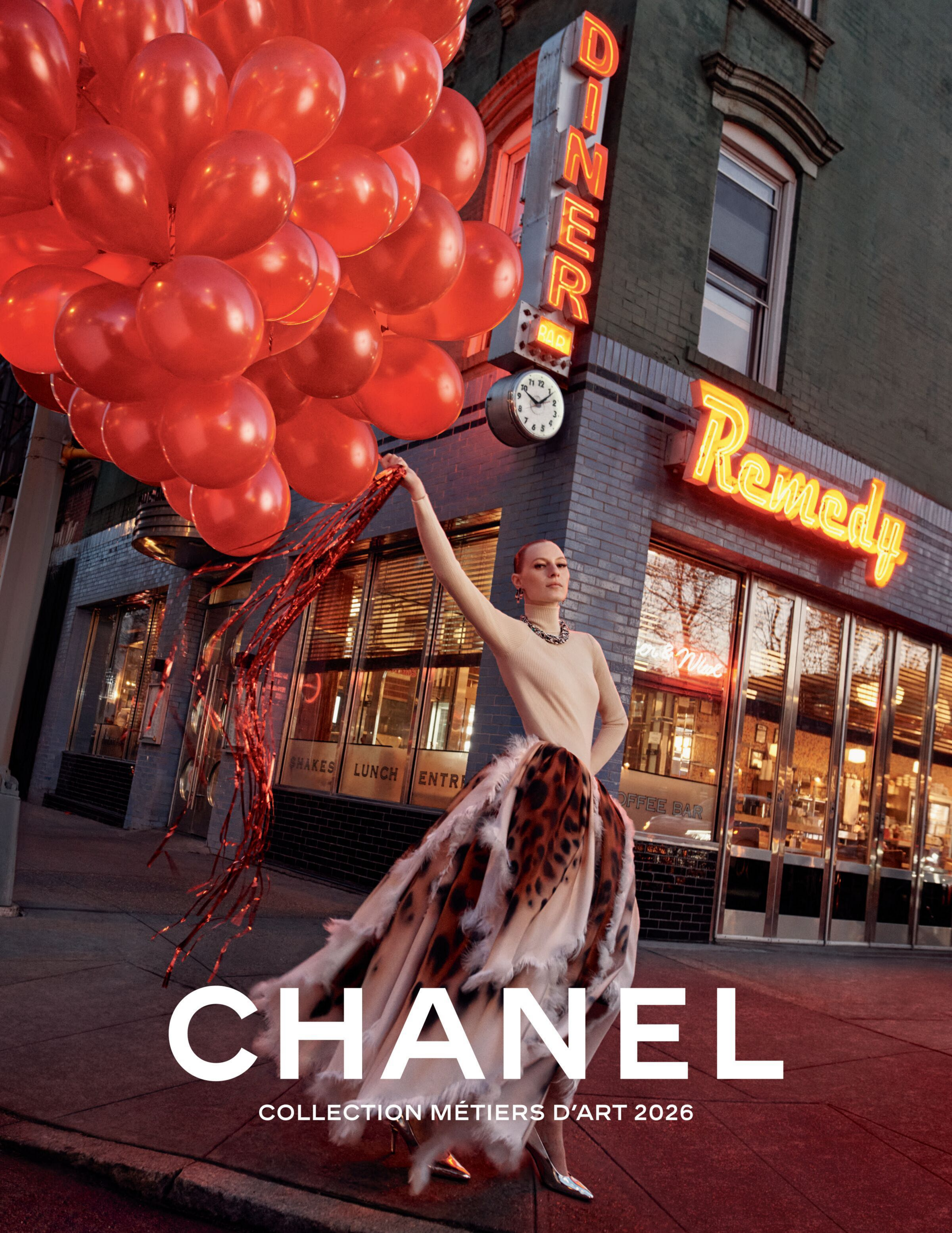
D-Skin focust op doordachte, langdurige huidverbetering gedreven door échte expertise. Daarbij wordt de huid niet gezien als oppervlakkig gegeven, maar als een levend systeem dat wordt beïnvloed door lifestyle, stress en alles wat zich onder de oppervlakte afspeelt.

Op 26 en 27 juni bundelen de merken hun krachten in Studio 3000 in Amsterdam voor de Summer Club: een tweedaagse experience waar mode, beauty en community samenkomen. Verwacht een stijlvolle, zomerse setting met *styling spaces*, beautystations en mini-experiences – een plek om te ontdekken, verbinden en helemaal in de summermood te komen. *d-skin.nl*, *les-atelier.com*, *@dskinbydelia*, *@lesatelier.official*

MARIE-STELLA-MARIS (8)

Voor komende zomer introduceert Marie-Stella-Maris de limited edition No.05 Bergamot Leaf. Een opwekkende, aromatische geur die doet denken aan lange, zonovergoten dagen. Stralende tonen van bergamot en citroen openen licht en helder, gevolgd door een groen hart van cipres en den en een zachte basis van suède en warme houttonen.

'Met Bergamot Leaf willen we ons onderscheiden door onze blik niet uitsluitend op het water te richten, zoals vaak gebeurt bij zomerse limited editions met het klassieke, zonovergoten beeld van de mediterrane kust,' zegt Sebastiaan van de Burgt, product development director bij Marie-Stella-Maris. 'We lieten ons inspireren door het contrast tussen de kust en het binnenland, waar warme zon en verkoelend water samenkomen in een groen, aromatisch landschap. Dit spanningsveld vertaalden we naar een gelaagde, sprankelende compositie: opwekkend, maar tegelijk elegant en verfijnd. Het resultaat is een eigentijdse geur die een opwekkende, aromatische en gelaagde dimensie toevoegt aan ons assortiment.' De geur komt tot leven in een verfijnde collectie, waaronder *hand soap*, *body wash*, *fragrance sticks* en *room spray*, ontworpen om elk moment van de dag subtiel te verrijken. De collectie is tijdelijk verkrijgbaar in de Marie-Stella-Maris-boetieks en webshop. Met iedere aankoop draag je bij aan duurzame waterprojecten wereldwijd, een belangrijk onderdeel van de missie van het merk. *marie-stella-maris.com*, *@mariestellamaris_official* ■


DINER
Remedy
SHAKES
LUNCH
COFFEE BAR
CHANEL
COLLECTION MÉTIERS D'ART 2026