

# MAANNENS MAKKELIJK!

De legging is in én wat doen vrouwen: zij rennen meteen naar de Hennes om er één aan te schaffen. Mannen niet. Zij volgen ook de modetrends, maar dan wel minder hysterisch. Opvallend is dat ze vaker gaan shoppen. „Ze zijn bezig met een inhaalslag“, zegt socioloog Norbert Mirani, die recent onderzoek heeft gedaan naar de moderne man en hoe hij zich kleedt.

door Kim Querturth  
en Armanda van der Voort

Jongemannen van 18 tot en met 35 jaar zijn bewuster bezig met hoe zij zich kleden en met de modetrends. Dat blijkt uit een recent onderzoek van Norbert Mirani, oprichter van het kenniscentrum van Sanoma Men's Magazines (SMM). In maart brengt hij zijn boek uit: *Merken maken de Man* waarin hij beschrijft waarom mannen zich binden aan bepaalde merken en vaker shoppen.

Maar hoe ver gaat dit nieuwe shopgedrag eigenlijk? Koopt de man zijn sokken in Milaan, zijn onderbroeken in Londen en zijn schoenen in Parijs? Of toch niet? Natuur-

lijk wil elke man zich onderscheiden van de rest en doet hij zijn best om er op en top uit te zien. Maar dat hij stad en land afreist voor die ene broek of dat bijzondere jasje, gaat een beetje te ver. De drijfveren van de man zijn nog altijd gemak en snelheid, aldus Huib Lubbers van het Retail Management Center, die tevens onderzoek heeft gedaan naar het shopgedrag van de Nederlandse mannen. Ten eerste is de man een emotionele koper, zegt Lubbers. Hij koopt makkelijk en laat zich snel overhalen als hij eenmaal een winkel binnenloopt. „Onestop-shopping is populair onder de mannen. Zo'n 75 procent van de mannen die een pas-hokje ingaan, koopt wat hij past. Terwijl dat bij vrouwen slechts 25 procent is.

Ook koopt hij meer erbij.”

Verder is de man in staat beter zijn eigen keu-

Skimny jeans zijn het helemaal, bij voorkeur in het spierwit deze zomer. Dit exemplaar is van Thomas Burberry en wordt gedragen met een nieuw herentem, het vestje, losjes dichtgeknoopt en in combinatie met een poloshirt voor de uitte Britse look.  
Informatie:  
[www.thomas-burberry.com](http://www.thomas-burberry.com).





Een tikkelijfje netjes, dandy à la Oscar Wilde met ultrasmalle stropdas en 'brave' spencer die het ook goed doet over een T-shirt. Informatie: [www.gentiluomo.com](http://www.gentiluomo.com).

# DO'S VOOR DE DANDY

Mannen worden steeds modebewuster en gaan ook vaker met plezier shoppen. Dat komt goed uit, want bepaalde mode-items zijn deze zomer min of meer verplichte kost voor hem. Vooral accessoires (sjaaltjes, enorme tassen) onderstrepen de eigen stijl zodat er eindelijk gevarieerd kan worden met diverse looks: van dandy tot en met hippe 'nerd', sporty, stoere vent tot British boy.

Een modetrend waar je niet omheen kunt is de trenchcoat voor hem, helemaal in de retrostijl van vroegere helden zoals bijvoorbeeld James Dean, die daar ook maar wat graag in wegkroop. De uitmeedandy kleedt zich van top tot teen in de beste pul-len en ziet geen detail over het hoofd; dus ook het 'verplichte' zijden sjaaltje (losjes opgerold voor een rommelig effect) niet. Jeans zijn strakker dan strak,

daar komt het stoere mannenlichaam immers prachtig in uit. Hellemaal top: de witte, strakke jeans, bij voorkeur gedragen met 'brave' items die een nerdachtige uitstraling geven maar dat zeker niet zijn. Vooral de contrasten tussen sexy en braaf zijn er om mee te spelen, dat is ook het geval met de niet meer weg te denken shorts die ook weer heel degelijk met een spencer gecombineerd worden. Deze British, brave kostschooluitstraling wordt tenietgedaan door stoere accessoires, die het geheel weer in balans brengen.

Tot slot nog een belangrijk punt: fair trade is in trek bij de man. Verantwoorde mode vindt hij fijn, mits het uiteraard wel modisch verantwoord is natuurlijk. De eenmaal verworven hippe status wil namelijk geen enkele man meer inleveren.



Ook koopt hij meer erbij." Verder is de man in staat beter zijn eigen keuzes te maken. "Vroeger bepaalde de vrouw wat er gekocht werd. We zien dat door de arbeidspar-

Daarnaas ook voor 'walk. Vaa voorbeeld Beckham Zo sloeg d nadat Mi schreven, aan had g nog stee d. Hij is v ger." Ook vol der Made trends bel krijgt hij voorjaar i dandyloof

Een ruig imago staat de meeste mannen goed, met hier en daar een vrouwelijke touch zolang het maar wel stoer blijft. Dit strakke spijkerpak (sportieve vervanging van het herenpak) van Blue Blood is opgeleukt met een knalrood sjaaltje om de nek als accent.

FOTO: JEROEN SNIJDERS VOOR BLUE BLOOD.

# SHOPPEN IK EN SNEL



*Dierenprints zijn er het komende seizoen niet alleen voor haar maar ook voor hem. Dat biedt dus perspectieven voor een fijne duolook! Schoenen mogen best wat meer opvallen en met dit paar doe je een aardige stap in die richting: instapper van ponyhaar met flamboyante panterprint. Informatie: [www.sacha.nl](http://www.sacha.nl).*

ticipatie van de vrouw het aantal tweepersoons huishoudens groeit en meer mannen naar de winkels komen", aldus Lubbers.

Tot slot is de belangstelling voor mode onder jongemannen vooral in de steden toegenomen. Lubbers: "Er wonen meer en meer allochtone jongeren in de steden en die gaan met de modetrends mee. Dat beïnvloedt tevens het koopgedrag van de autochtone jongeren."

Het gros van de mannen geeft geld uit aan dure merkleding. Zolang de portemonnee het toestaat, uiteraard. "Merken geven je een bepaald imago, omdat ze representatief zijn voor een bepaalde doelgroep of lifestyle. Vooral twintigers en begin dertigers zijn hier gevoelig voor", aldus Mirani.

"Als je naar de reclamespotjes op de televisie kijkt, zie je bijvoorbeeld dat G-star de ruigheid in de man probeert

gentijdse versie van Justin Timberlake. "De tijd van dressing-up is aangebroken. Overdag draagt de man een goed pak en dat ruilt hij 's avonds in voor een katoenen broek met een marineblazer voor het Rivieragevoel of warme diepe stoffen als fluweel en tweed. En de eyecatcher is het gilet, dat in alle mogelijke combinaties gedragen kan worden."

## Trendbox

Dat wil niet zeggen dat alle mannen zich laten leiden door wat ze voorgeschoteld krijgen. Want de cijfers, die gebaseerd zijn op alle leeftijden, laten zien dat het gemiddelde lager ligt. Uit het meest recente onderzoek van Trendbox, november 2006, blijkt dat mannen in 1991 net zo veel om mode gaven als vandaag de dag. Ook



Oscar de la Renta in de man probeert aan te spreken. Diesel heeft weer een hele andere aanpak met de cynische houding naar global warming. Het fairtrademark Kyvichi neemt dat juist heel serieus. Dit beeld van de werkelijkheid wordt naar hartenlust gekopieerd. Mannen zien niet dat ze daar zelf debet aan zijn. De norm van de moderne man wordt bepaald door de massamedia."

## Dandy

Daarnaast interesseren mannen zich ook voor de modetrends op de catwalk. Vaak is het een celeb, die een voorbeeldrol vervult. Net als David Beckham een aantal jaren geleden. Zo sloeg de term metroman pas aan, nadat Mirani er in 2002 over had geschreven en er een celeb als Beckham aan had gekoppeld. Deze metroman is nog steeds een trend, aldus Mirani. „Hij is veel modebewuster dan vroeger."

Ook volgens ontwerper Corré van der Made van Van Gils zijn modetrends belangrijk voor de man en krijgt hij dandy-achtige trekjes. Dit voorjaar is de trend voor de man: een dandylook à la Oscar Wilde of een ei-

gaven als vandaag de dag. Ook geeft de gemiddelde man minder geld uit aan kleding, denkt hij minder aan merken en is goed gekleed gaan minder belangrijk dan vijftien jaar geleden.

Toch zijn de tijden wel veranderd, vindt de socioloog. „Mannen zijn bezig met een inhaalslag" aldus Mirani. Het gaat vooral om de jonge generaties mannen die zich bewust kleed en modetrends volgen. „Het is al lang niet meer zo dat mannen bezig zijn met produceren en vrouwen met consumeren."



Het bewijs dat fairtrademodet best sexy en hip kan zijn wordt geleverd door de Organic Blue Jeans van Replay. Dit exemplaar valt onder de exclusieve 'Collectors line' en is gemaakt van denim met natuurlijk organisch katoen en zelfs afgewerkt met stiksels van biologisch katoen. De knopen zijn plantaardig geveerd en met ruw touw met de hand aangezet. Informatie: Replay, tel. 020-4200560.

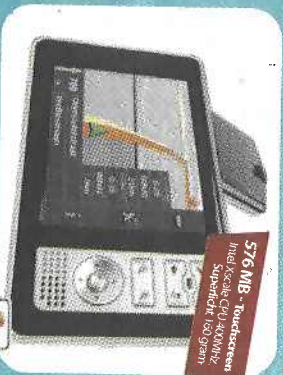
Accessoires zijn onmisbaar voor de man en zodoende is ook een grote, stoere tas onmisbaar. Eindelijk kan hij al zijn spullen kwijt zonder ze in de tas van zijn vriendin te stoppen of alles in de broekzak te proppen. Deze riante, grijze reis- en shoppingtas is van Gentiluomo. Informatie: [www.gentiluomo.com](http://www.gentiluomo.com).

Het type 'leuke nerd' is helemaal hot, letwat braaf, als het even kan met een bril, maar niet een stoere verborgen kant. De short is een absolute must voor deze zomer, in dit geval gecombineerd met roze spencer in British look met gympen eronder voor een speelse twist. Informatie: [www.g-sus.com](http://www.g-sus.com).



## Samsung D820 + gratis Navigatiesysteem

Andere toestelcombinaties mogelijk \* (O.a. Samsung Z510, Nokia 6681)



576 MB - Touchscreen  
Hiel 16 Mega CPU-komputer  
Speaker 160,0 gram



Vraag naar de voorwaarden in de winkel. Advies: zijn geldig zolang de voorraade steekt.  
Op-Op: Pilsverpakkingen, zet en druktoeren voorbeelden.



## Cybercom MDPNA 240T

- Mobiel GPS navigatie systeem met TMC voor dynamische navigatie
- Touchscreen
- Inclusief plattegronden West-Europa

# GRATIS\*

\* 1 cm. 2-jarig Hi €25 Abonnement

**Nieuw: Filiaal Haarlem open vanaf 1 maart!**

Grote Houtstraat 129 T: 023-5312803

GSM-Shop is gevestigd in de volgende steden:  
Alkmaar Amersfoort Amstelveen Delft Den Haag  
Ede Gouda Mijmegen Rotterdam Utrecht Vlissingen

