

Subtiele kleren van MariaLux

Lilian Driessen ontwerpt kleren voor vrouwen tussen 25 en 70 jaar. 'Het gaat om persoonlijk contact'

Geïnspireerd door undergroundmerken in Japan, waar klanten op geheime adressen aan moeten bellen bij een kledingatelier, blies Lilian Driessen (48) in 2009 haar label MariaLux nieuw leven in. 'Het is een intiem en exclusief merk dat niet draait om een bekende naam, maar om persoonlijk contact.'

Driessen presenteert haar collecties in een showroom in New York, en heeft geen winkel in Nederland. Via haar eigen atelier in Amsterdam zijn haar kleren wel in Nederland te verkrijgen. 'Ik verkoop er wat er hangt, maar ik maak ook kleren op maat. Zo gaat de marge naar de kleermaker en niet naar een winkel.'

Lilian Driessen werkte na haar afstuderen van de Arnhemse modeacademie in 1988 ruim 22 jaar als ontwerpster bij grote bedrijven zoals Turnover, Viktor & Rolf en Diesel. De naam MariaLux voert Driessen echter al sinds haar studie: 'Ik vond mijn eigen naam niet leuk en bedacht een alter ego. "Maria" representeert een vrouwfiguur: een maagd, moeder en geliefde. "Lux" staat voor luxe



Twee creaties uit de wintercollectie 2014

Lilian Driessen, rechtsvoor, in haar atelier: 'Ik verkoop wat er hangt, maar maak ook kleren op maat'



Remy Castle | Team Peter Stigter

en lust.' Deze vrouwelijke kanten komen samen in kledingstukken die opvallen door hun bewerkingen en borduursels, maar ook comfortabel genoeg zijn om thuis te dragen. MariaLux is subtiel sensueel, veel kleding is alleen met een lint vastgemaakt. 'Het is een spannend idee dat je nagenoeg naakt bent als je daaraan trekt.'

De elegante en bontgekleurde stukken zijn gemaakt van materialen met veel textuur, zoals gecoat linnen en fluweel afkomstig uit Frankrijk en Italië. Alle kleren worden op

kleine schaal gemaakt in Europa. De prijzen liggen voor blazers tussen de 800 en 1.200 euro, broeken en rokken rond de 400 euro. Klanten van MariaLux zijn vrouwen tussen de 25 en 70 jaar. 'Vaak hebben ze een culturele achtergrond en een iets ruimere portemonnee. Leidinggevend, of vormgevers en architecten.'

Financieel overleven met een nichemerk is niet makkelijk. Daarom richt Driessen ook exclusieve parfumszaken in. **Lisa Goudsmit** www.marialux.com



De vijf Dear Rose-geuren

Heel veel rozen

De Française Chantal Roos ontwikkelde in de jaren zeventig voor Yves Saint Laurent (YSL) geuren zoals Opium en Paris, stapte over naar Issey Miyake en Jean Paul Gaultier (onder meer L'Eau d'Issey en Le Mâle), en keerde terug bij YSL Beauté. Intussen voedde ze dochter Alexandra Roos op, een zangeres met vier albums op haar naam. Moeder en dochter Roos lanceren nu Dear Rose, vijf door 'neus' Fabrice Pellegrin samengestelde geuren. Elk eau de parfum - verkrijgbaar vanaf september, 100 milliliter voor 125 euro - kreeg een muzikale naam en een geursamenstelling waarbij de associatie met rozen nooit ver weg is. Zo bevat I Love My Man Bulgaarse en Centifolia-rozen. **John de Greef**