

JEANS LEXICON

De spijkerbroek, ooit alleen gedragen bij zwaar werk, is uitgegroeid tot mode voor de massa en zelfs tot haute couture. De jeans van A tot Z.

tekst: LISA GOUDSMIT

A

ACNE

In 1997 maakte De Zweed Jonny Johansson honderd ongewassen denimbroeken voor vrienden en familie. Ze waren een hit. Sindsdien is Acne uitgegroeid tot een modemerken met uitgebreide collecties. Volgens jeansexpert Menno van Meurs (32), eigenaar van jeanswinkel



ACNE HEEFT GROTE COLLECTIE

Tenue de Nîmes in Amsterdam, kunnen door de jeans van Acne 'ook pakkendragers in een spijkerbroek eens netjes voor de dag komen'. Acne heeft wereldwijd filialen, onder meer in de Amsterdamse Oude Spiegelstraat.

AMSTERDAMS BLAUW

Amsterdams Blauw is de denimlijn van het van oorsprong Nederlandse modelabel Scotch & Soda. Brandmanager Alex Jaspers (41): 'Amsterdams Blauw is een modieuze denimcollectie. Wij laten ons inspireren door klassieke spijkerbroe-



AMSTERDAMS BLAUW IS MODE-BEWUST



Levi Strauss & Co.

LEVI STRAUSS (LINKSBOVEN) MAAKTE DE SPIJKERBROEK OFFICIEEL

139.121

De geestelijk vader van de spijkerbroek is de Duitser Levi Strauss (1829-1902). In 1847, op zijn achttiende, emigreerde hij met zijn moeder en twee zussen naar de Verenigde Staten waar hij in 1853 stevige broeken van zeildoek voor de goudzoekers in San Francisco ging maken. Toen het zeildoek op was, ging Strauss over op katoen met een keperinslag. Omdat de broeken uitscheurden tijdens het werken, opperde kleermaker Jacob Davis in 1872 om de zakken en het kruis met koperen klinknagels vast te zetten. In 1873 vroegen Strauss en Davis samen patent aan op het model werkmansbroek met achterzakje, bretels en horlogezakje: dankzij patentnummer 139.121 was er nu officieel sprake van de spijkerbroek.

ken en vertalen die naar een modern en compleet denimlabel.' Amsterdams Blauw is leeftijdsloos 'zoals denim dat ook is', maar wel modebewust en loopt vooruit op trends. Naast de reguliere collectie is er de lijn Lot 22 voor denimfanaten. Verkooppunten variëren van warenhuizen als Selfridges en Harrods in Londen, tot speciaalzaak Spoiled in Amsterdam.

ATELIER TOSSIJN

'Ik voel me geen jeansmerk maar een ontwerper en maker,' zegt Koen Tossijn (32). Vijf jaar geleden begon hij Atelier Tossijn: spijkerbroeken op maat. 'Het leek mij een uitdaging om met mijn eigen handen een product te maken, van het begin tot het eind. Ik wilde een vol-



SPIJKERBROEK OP MAAT BIJ TOSSIJN

gende stap doen in de productie van spijkerbroeken, die vrijwel altijd op dezelfde manier worden gemaakt.' Zijn uitgangspunt: de klassieke vorm van de broeken intact laten, maar ze een Atelier Tossijn-signatuur

geven. Wie het nooit lukte een goed zittende spijkerbroek te vinden, kan bij Tossijn terecht voor een op maat gesneden exemplaar van hoogwaardig denim (€ 420).

B

BLOGS



RAWRDENIM.COM

Er zijn behoorlijk wat websites en blogs gewijd aan de denimlifestyle. Leuk zijn rawrdenim.com en denimhunters.com. Van de Amsterdamse winkel Tenue de Nîmes is er *L'Equipe de Nîmes*: een inspirerend magazine vol informatie, zowel online (tenuedenimes.com/lequipe) als op papier.

C

CHASIN'

In december 2013 opende Chasin' een hypermodern nieuw filiaal met onder meer een interactieve videowand in de Amsterdamse Wolvenstraat. Het label Chasin' is in 1992 opgericht door Jan Peters (54), eigenaar van jeansketen Score. Peters: 'Ik zag ruimte voor een nieuw jeansmerk voor mannen die er cool uit willen zien. Chasin' staat voor een relaxte houding en een no nonsense-lifestyle, kleren voor mannen van alle leeftijden.' Chasin' – de naam verwijst naar het nummer *Chasin' a Dream* van de Amerikaanse zanger Tashan – wordt

gemaakt voor mannen, geïnspireerd door de energie en attitude van een rockster. 'Een man die *lust for life* op z'n voorhoofd heeft staan.' De jeans van Chasin' zijn casual en sportief, vaak met *finishes* en bewerkingen.



CITIZENS OF HUMANITY: COMFORT

CITIZENS OF HUMANITY

Citizens of Humanity (CoH) is in 2003 opgericht door Jerome Dahan, die eerder 7 For All Mankind begon. Met CoH wil Dahan het modegevoelige denim combineren met comfort en kwaliteit, geproduceerd in een eigen fabriek in Los Angeles. Het merk experimenteert met nieuwe technieken zoals *wax finishes*. De nieuwe creatief directeur Simon Miller zal het label in 2014 nieuw leven inblazen, met onder meer luxe *selvage* jeans (waarbij de originele stoffrand zichtbaar is) en

jarenzeventigmodellen. Voor de zomer lanceert CoH de lijn Premium Vintage: door speciale wassing is elke broek anders.

D

DENHAM

Jason Denham (44) begon vijf jaar geleden Denham dat een hoogwaardig denimlabel voor de toekomst moest zijn: modern, maar met respect voor de geschiedenis van het materiaal. Denham ontwikkelt ook duurzaam en gerecycled denim. Onlangs lanceerde Denham een eigen interpretatie van de klassieke five-pocketjeans. 'Onze klanten zoeken een alternatief voor gevestigde mer-



HOOGWAARDIG LABEL DENHAM

ken: het zijn liefhebbers die ongewassen denim met *selvage* willen, hippe jongeren op zoek naar stretch skinny's en artistiekelingen die de Italiaanse en Japanse wassing prefereren.' Te koop in de eigen winkels in Nederland, en in winkels wereldwijd.

DENIM



STERK KATOEN EN STIKSEL

Denim verwijst naar *serge de Nîmes*, ofwel keper uit de Franse stad Nîmes. Hier haalde Levi Strauss zijn sterke katoen met keperbinding vandaan. Een weefsel bestaat altijd uit een schering, de opgespannen draden, en een inslag die er tussendoor wordt gehaald. Bij een keperbinding verschuift bij elke inslag het bindpunt, te zien aan de ribbellijn aan één kant van de stof. Bij spijkerbroeken is dit aan één kant

duidelijker. De binnenkant is ook vaak witter: alleen de inslag bij de keperbinding wordt geweven van indigoblauw geverfde draden, terwijl de schering vaak van witte draden is.

F

FINISHES

Door verschillende bewerkingen kan een spijkerbroek een glimmend of juist een gedragen uiterlijk krijgen. Een coating, een laag pigment, acryl of polyurethaan geeft een spijkerbroek een glanzende, beschermende laag. Een *deconstructed finish* betekent dat de spijkerbroek eerst wordt gewassen met stenen (*stone wash*) en vervolgens wordt gezand-

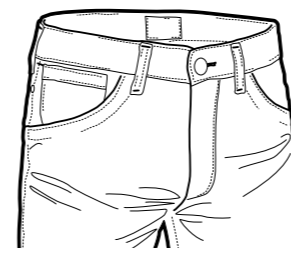


PUIMSTENEN VOOR STONE WASH

straald. Daardoor ziet de broek er gedragen uit. Bij een *dirty finish* krijgt de jeans een vies uiterlijk door hem te wassen met stenen, hem te zandstralen en de naden met de hand te schrobben. Ook spijkerstof die is bewerkt met borstels, *brushed denim*, ziet er gedragen uit.

FIVE-POCKET

Het bekende model met vijf zakken: twee voor, twee achter en als vijfde het kleine geld- of horlogezakje rechtsvoor op de broek direct onder de tailleband. Dit zakje zit sinds 1890 op spijkerbroeken en is steeds



FIVE-POCKET: STEEDS KLEINER

kleiner geworden door het verlies aan functie.

FLAG OF TAB

Een *tab*, ook wel *flag* genoemd, is het stukje stof dat op de achterzak is genaaid en waarop het merk van de broek staat. Het bekende rode label van Levi's, sinds 1936 op hun modellen, is in een patent vastgelegd: andere merken mogen geen rood merkje op die hoogte op de achterzak naaien.



TAB VAN LEVI'S IS VASTGELEGD

G

G-STAR RAW

G-Star RAW, opgericht in 1989 door de Nederlander Jos van Tilburg, is een begrip in de jeanswereld. Brandmanager Remco de Nijs (43): 'G-Star respecteert de authenticiteit van denim, maar we geven er altijd onze eigen moderne draai aan. Dat resulteert in verrassende combinaties zoals ruige werkmansklaren in een chique stijl, of technische innovaties met authentiek vakmanschap.' G-Star is bekend om het gebruik van ongewassen denim en om vernieuwingen op stofengebied. Het beroemdste model is de 5620 Elwood uit 1996, waarop vele variaties volgden. 'Ons assortiment is

enorm breed, van een klassieke five-pocket tot de Type C: ons nieuwste driedimensionale model met oversized achterzakken.' Het merk is ook ge-



MAGNUS CARLSEN DOOR ANTON CORBIJN

liefd door de zwart-witcampagnes geschoten door Anton Corbijn, met bijzondere modellen zoals de wereldkampioen schaken Magnus Carlsen.

GLUEJEANS

Bij het label Gluejeans zijn de naden niet gestikt, maar gelijmd om 'het authentieke idee en de vorm van jeans te benadrukken'. Terug naar de basis op een unieke en vernieuwende manier waarbij alles handgemaakt is. Medeoprichter en ontwerper Gerrit Uittenbogaard (43): 'Met innovatieve middelen laten wij de liefhebber jeans opnieuw beleven.' Gluejeans, in 2005 opgericht door Uittenbogaard en Natasja Mar-



GLUEJEANS WORDEN GELIJMD

tens (41), kreeg in 2008 de Dutch Design Award voor beste modeontwerp. De prijzen liggen tussen de 200 en 400 euro. De broeken zijn te koop via www.gluejeans.com.

INDIGO

Indigo is de diepblauwe kleurstof waarmee denim wordt geverfd. Oorspronkelijk verworven uit de plantenfamilie Indigofera uit de tropen of in Nederland bijvoorbeeld uit wede, is dit voor zo ver bekend de oudste natuurlijke kleurstof. In China en Egypte werd indigo al in 2500 voor Christus ontdekt, maar het opgeloste plantenextract werd gezien als een giftig drankje met magische krachten. In 1897 bracht een Duits chemiebedrijf de eerste artificiële indigoverf op de markt. Inmiddels worden vrijwel alle jeans geverfd met chemische indigokleurstof. Bij denim worden de draden afzonderlijk in indigobaden geverfd. Alleen de inslag van de keperbinding wordt geweven van indigo geverfde draden, de schering is vaak van witte draden. Dit is te zien aan de bin-



SPIJKERBROEK WAS ONDERDEEL VAN MARINE-UNIFORM (1943)



DIESEL-COLLECTIE 2014

DIESEL

In 1978 begon de Italiaan Renzo Rosso met het merk Diesel. De *For Successful Living*-campagnes gaven het label een imago van ironie, creativiteit en seksappeal. Diesel is een breed merk met, naast jeans, ook luxere kleren- en accessoirecollecties en een interieurlijn. In 2013 werd de excentrieke Nicola Formichetti, eerder bekend als stylist van Lady Gaga, aangetrokken als artistiek directeur. Eén van zijn eerste projecten was de campagne voor Jogg Jeans, broeken in een mix van jersey en denim om het draagcomfort zo groot mogelijk te maken, geïnspireerd op dansers. De denimcollectie voor zomer 2014 is beïnvloed door Britse rockmuziek en sportkleden: veel zwart en strakke *'skinzees'*-modellen in verschillende wassing.

nenkant van spijkerbroeken, die vaak lichter is dan de buitenkant. Indigo geeft af en verwaagt omdat de kleurstof de draden niet door en door verft, maar zich om het oppervlak wikkelt; van binnen blijven de draden wit.



INDIGO IS OUDSTE KLEURSTOF

Hoe vaker draden in een indigobad worden gedoopt, hoe intenser de kleur. Indigo wordt pas blauw als de draden uit het bad komen: de gelige kleur die de draden in eerste instantie hebben, wordt door contact met zuurstof blauw.

J

JACOB COHËN

Het in 1985 opgericht Italiaanse merk Jacob Cohën is in 2003 opnieuw gelanceerd met als doel de perfecte jeans te creëren: een geraffineerd, elegant en draagbaar model. Inmiddels staat het merk bekend om zijn luxe spijkerbroeken, verkocht in exclusieve winkels:



JACOB COHËN IS GERAFFINEERD



KOI-KARPER – NET ALS DEZE JAPANESE VIS WIL HET JEANSMERK K.O.I. TEGEN DE STROOM IN ZWEMMEN

K.O.I

De afkorting K.O.I staat voor Kings of Indigo. Het merk werd in 2010 in Amsterdam opgericht door drie denimliefhebbers. De koi-karper-tatoeage van één van hen, Tony Tonnaer (45), was de inspiratiebron: net als deze Japanse vissen wil het jeansmerk tegen de stroom in zwemmen. K.O.I combineert het uiterlijk van Amerikaanse klassieke spijkerbroeken met Japanse details. Tonnaer: 'Op de knopen van onze klassieke five-pocketjeans staat een koi-karper, terwijl de zakvoering een strepprint heeft net als het tijk om matrassen en kussens in Amerikaanse gevangenissen. Anderen zien dat niet, maar de drager weet het.' Tonnaer omschrijft K.O.I-broeken als 'klassiekers met een goede pasvorm, gemaakt van mooi biologisch of gerecycled katoen'. K.O.I-jeans hebben variaties in wassingen en details, maar er zijn slechts vier modellen voor mannen. De broeken liggen in 180 winkels overal ter wereld.

van Harrods in Londen tot eigen winkels in Antwerpen, Monaco en Tokio. Het productieproces voltrekt zich nog steeds geheel in Italië. De collectie voor zomer 2014 gebruikt klassieke indigo selvaige spijkerstof van stoffenfabrikant Cone Mills waarvan ook Levi's worden gemaakt. De broeken zijn in Nederland onder meer te koop bij Pauw en Oger.

JEANS

De benaming 'jeans' is een verwijzing naar Genua. Het katoen uit Nîmes werd geleverd met indigokleurstof afkomstig uit deze Italiaanse stad, in het Frans *bleu de Gênes* (Genues blauw) genoemd. Gênes werd verbasterd tot jeans: de *blue jeans* was geboren.

K

KATOEN

Denim wordt van oudsher gemaakt van de zaadpluizen van de katoenplant, waarvan al zeventien jaar stof wordt gemaakt. Vroeger waren jeans van 100 procent katoen, inmiddels wordt er vaak stretchmateriaal toegevoegd: meestal 2 pro-



KATOENPLANT

cent, bij *skinny* jeans kan dit percentage oplopen. Voor een spijkerbroek is gemiddeld 1,5 meter denim nodig; dat weegt 850 gram tot 1 kilo.

L

LEE

In 1889 begon koopman Henry David Lee zijn bedrijf in kleren voor boeren en veehouders in de Amerikaanse staat Kansas. Lee ontwierp in 1911 de eerste tuinbroek met rits, die de drager complete bewegingsvrijheid



101-LIJN IN 1926 GEÏNTRDUCCEED

bood. In 1926 introduceerde het merk de eerste 'gewone' spijkerbroek met rits ter wereld: het model 101-Z met een merkje van harige koeienhuid met het tot de dag van vandaag gebruikte logo van Lee. In 2014 bestaat Lee 125 jaar. De 101-lijn bestaat nog steeds, en Lee blijft werken aan kwaliteit en innovatie, met spijkerbroeken van Italiaanse en Japanse denim waarin vorm en functie van de broek centraal staan. In dit jubileumjaar werkt Lee samen met diverse ontwerpers.

LEVI'S

Sinds Levi Strauss in 1873 een patent aanvroeg op zijn spijkerbroek zijn er veel ontwikkelingen geweest, maar enkele dingen zijn niet veranderd. In 1890 introduceerde Levi's het beroemd geworden model 501, vanaf

1927 uit denim van Cone Mills, de stoffenfabrikant die nog steeds aan Levi's levert. De boogvormige stiksels op de achterzakken voert Levi's ook sinds het begin; in 1943 verwerft Levi's het patent op deze stiksels. Alleen tijdens de Twee-



ONTWIKKELINGEN BIJ LEVI'S

de Wereldoorlog werden deze decoratieve elementen en de klinknagels weggelaten omdat het materiaal schaars was. De boogjes werden er in die jaren op geschilderd. In 1961 introduceerde Levi's de eerste voorgekrompen jeans: tot die tijd werden spijkerbroeken standaard een paar maten te groot gekocht, omdat de broek bij het wassen tot de gewenste maat kromp. In 2013 bestond Levi's 140 jaar. Het bedrijf staat niet stil, maar is nog vooral bekend als de oer-ontwerper van de spijkerbroek.

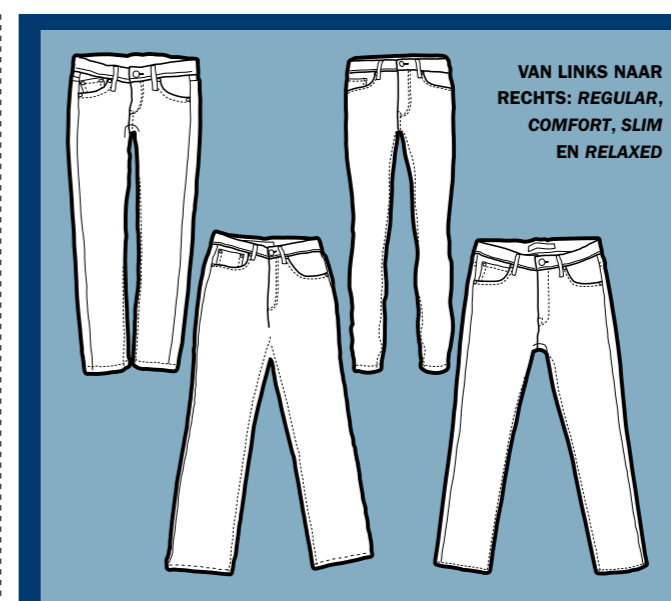
M

MATEN

Jeansmerken houden vaak de Amerikaanse maatvoering aan. Dit betekent dat de bandwijdte in inches (een inch is 2,54 centimeter) wordt aangegeven. Jeansmaat 32 heeft dus een omtrek van zo'n 81 centimeter. De lengte wordt gemeten vanaf het kruis, aan de binnenkant van het been, tot op de grond.

MILIEUBEWUST

De laatste jaren ontstaat het



VAN LINKS NAAR RECHTS: REGULAR, COMFORT, SLIM EN RELAXED

MODELLEN

Er zijn vier standaardmodellen jeans: *regular*, *relaxed*, *comfort* en *slim*. *Regular* heeft rechte pijpen. Als de pijpen iets uitlopen, heet dit model *bootcut*, wat ernaar verwijst dat de ruimte bij de kuiten groot genoeg is om (cowboy)laarzen onder de broek te dragen. Het model *comfort* (of *comfort fit*) is wat wijder bij de bovenbenen en heeft soms een verlaagde taille. Bij een *relaxed*-broek lopen de pijpen taps toe. Dit type wordt ook wel de wortelbroek genoemd. De *slim fit* is strakker bij de bovenbenen. Vaak is er meer stretchmateriaal in de stof verwerkt, bijvoorbeeld bij de *skinny* jeans. Een slim fit met uitlopende pijpen wordt een *flare*-jeans genoemd.

befes dat katoen minder duurzaam is dan gedacht. Voor het verbouwen van katoen worden veel meer water (zo'n 4.000 liter per spijkerbroek) en pesticiden gebruikt dan bij het fabriceren van niet-natuurlijke materialen. De jeansindustrie maakt inmiddels denim van hennep of brandnetel, zoals G-Star doet,



SPIJKERBROEK VAN BRANDNETEL

en recyclet of verhuurt spijkerbroeken, zoals Mud Jeans. Ook Levi's, Lee en Wrangler bieden ecojeans aan. Jeansexpert Menno van Meurs van Tenue de Nîmes: 'Denimmerk Naked & Famous experimenteert nu zelfs met papier als basis voor denim. Andere merken voegen juist meer stretchmateriaal toe, om katoen te besparen, en kleurbehoud en draagcomfort te vergroten. Bij het merk A.P.C. kunnen klanten afgedragen jeans inleveren en met korting een nieuwe ongewassen jeans kopen. De oude broeken worden opnieuw verkocht.'

MUD JEANS

Mud Jeans maakt broeken van gerecycled biologisch katoen dat op een mens- en milieuvriendelijke manier is geproduceerd.



BIJ MUD JEANS BROEK LEASEN

'Het is jammer als een gedragen spijkerbroek eindigt op de vuilnisbelt of in de verbrandingsoven. Per jaar wordt al 135 miljoen kilo kleren verbrand met alle CO₂-uitstoot van dien,' zegt oprichter Bert van Son (52). Dus introduceerde Mud Jeans in 2013 Lease a Jeans. Klanten betalen een aanvangsbedrag van 20 euro, daarna een jaar lang maandelijks 5 euro. Vervolgens kunnen zij de broek afkopen door nog vier maanden door te betalen, 20 euro korting krijgen op een nieuw model, de broek tegen verzendkosten omwisselen voor een ander model, of de broek terugsturen. Mud Jeans biedt ook de mogelijkheid een spijkerbroek gewoon te kopen. Dat kost 99,95 euro, inclusief 20 euro statiegeld.

O

OPLEIDINGEN

Het Amsterdam Fashion Institute geeft al jaren les over denim. Sinds 2013 kunnen studenten zelfs een *minor*

denim volgen. Derde- en vierdejaars moeten in zes maanden een subcollectie ontwikkelen voor Levi's of Denham en in de loop van dit jaar komt daar K.O.I bij. Medecoördinator Guido Kerssens (52): 'Studenten kunnen een semester een bedrijf: ze laten een collectie maken en beoordelen de samples zelf in een fabriek in Turkije. Daarna moeten ze nadenken over wassing en finishes,

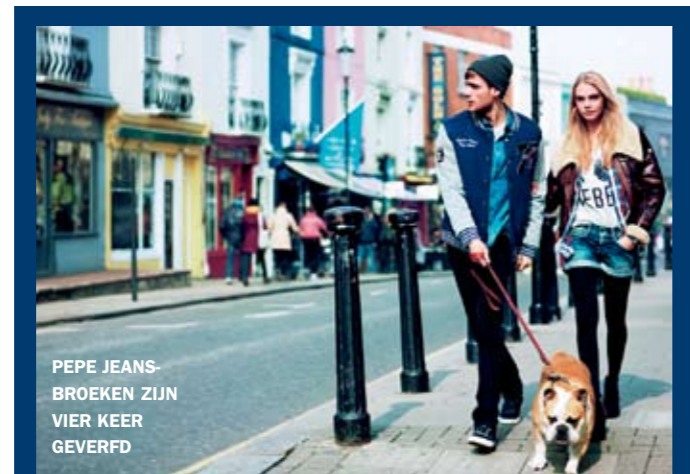


JEAN SCHOOL WERKT SAMEN MET ONDER MEER LEVI'S

en ook over het winkelinterieur en een promotiefilmpje.' De subcollecties worden gepresenteerd bij de deelnemende bedrijven. Tijdens de *minor* zijn er verschillende gastlezingen van vakmensen en leren studenten bijvoorbeeld over de patenten van Levi's.

In 2012 begon ook in Amsterdam de Jean School: een driejarige mbo-opleiding. Initiatiefnemers zijn James Veenhoff, oprichter van de Amsterdam Fashion Week, en modeconsultant Mariette Hoitink van bureau HTNK. Veenhoff (41): 'Er is in Amsterdam een concentratie van jeansbedrijven. Toch was er nog geen complete denimopleiding; vooral de technische aspecten ontbra-

ken, terwijl het belangrijk is die te beheersen als je wilt vernieuwen.' Studenten worden op de Jean School breed opgeleid: afhankelijk van interesse en ontwikkeling kunnen ze daarna werken op ontwerpafdelingen, in product- of collectie-ontwikkeling, inkoop, verkoop, marketing of retail. Veenhoff: 'De school is opgericht in samenwerking met alle toonaangevende merken uit de regio en heeft de aandacht van topmerken, weverijen en wasserijen uit de hele wereld. Ik kan me voorstellen dat een kwart na de opleiding naar het buitenland wil, anderen kunnen aan de slag bij G-Star, Tommy Hilfiger, Levi's, Scotch & Soda, Denham, K.O.I, Pepe Jeans of bij winkelketens.'



PEPE JEANS-BROEKEN ZIJN VIER KEER GEVERFD

P

PEPE JEANS

Begin jaren zeventig gingen de broers Nitin, Arun en Milan Shah spijkerbroeken verkopen op de beroemde Portobello Road-markt in Londen. Daaruit ontstond Pepe Jeans, dat in de jaren tachtig uitgroeide tot een groot internationaal merk. Sindsdien heeft het label een eigen winkel in Amsterdam. Eind 2013 kwam er een tweede winkel in Rotterdam bij. De zomercollectie van 2014 is geïnspireerd op werk van Andy Warhol. De jeans zijn vier keer geverfd, dus extra donker. Daarnaast zijn er jeans met handmatige bewerkingen voor een verweerd uiterlijk en spijkerbroeken met authentieke, op vintage broeken geïnspireerde, wassing.

R

RAW DENIM



NIET-NAGESPOELDE DENIM

Nadat jeans in elkaar zijn gezet, worden ze vaak gewassen in een bad met helder water om de stijfheid, die ontstaat door de kleuring van de stof met indigo, eruit te spoelen. Raw denim is de term voor spijkerstof die niet is nagespoeld. Die

wordt ook wel *dry* of 'ongewassen' genoemd. Deze spijkerbroeken zijn heel donkerblauw en voelen, als ze nieuw zijn, dan ook stijf aan. Door het dragen worden de broeken soepeler en slijt de kleur.

S

SELVAGE

De rand van een lap stof wordt zelfkant genoemd. Bij denim wordt vaak de Engelse term hiervoor gebruikt: *selvage* of *self-edge*. De zelfkant voorkomt dat de stof gaat rafelen. Bij klassiek denim is de zelfkant vaak afgewerkt met een gekleurde draad. Bij sommige spijkerbroeken is de *selvage* bij de naden aan de binnenkant van de broek zichtbaar. Sommige liefhebbers vinden dat een zichtbare *selvage* bij een echte jeans hoort. Terwijl *selvage*-denim eerst vaak uit Ame-



SELVAGE - RAND VAN LAP DENIM

rika kwam, is Japan nu favoriet als land van herkomst. Daar wordt sinds de jaren tachtig ambachtelijk denim geproduceerd, toen in Amerika de massaproductie op gang kwam en Japanners een gat in de markt zagen.

SNORHAREN

Een bekend slijtpatroon in spijkerbroeken zijn de 'snorharen': horizontale lijnen aan de bovenkant van de dijbenen naar de zakken toe, of bij de knieholtes. Deze worden ook wel *buffies* genoemd, wat verwijst naar *baffi*, het Italiaanse woord voor

snor. Deze kunstmatige patronen worden aangebracht met schuurpapier of met hitte-ijzers in de broeken gevouwen.



SNORHAREN, OOK WEL BUFFIES

SPIJKERBROEK

De eerste spijkerbroek van Levi's uit 1873 was een *waist over-all*, met één achterzak, een horlogezakje voorop, knopen om de bretels aan vast te maken en een klinknagel in het kruis om uitscheuren te voorkomen. Tegenwoordig heeft een mannen-spijkerbroek meestal vijf zakken, zeven riemlussen en zes spijkers bij zakken en gulp. Vandaar het Nederlandse woord 'spijkerbroek'. In 1890 raakte Levi's het patent hierop kwijt. Sindsdien mag iedereen de zakken vastzetten met spijkers. Inmiddels worden voor achterzakken vaak geen spijkers meer gebruikt, omdat deze broek, billen en bank zouden beschadigen.

T

TENUE DE NÎMES

Deze winkel op de Elandsgracht in Amsterdam is uitgegroeid tot een jeansfenomeen met fans in binnen- en buitenland, en met inmiddels een tweede filiaal in de Haarlemmerstraat. De oprichters zijn de denimliefhebbers René Strolenberg en Menno van Meurs. 'Wij redeneren vanuit het product. Zo verkopen we het kleine Nederlandse merk Benzak Denim Developers en de jeans van Rogue Territory, een klein Amerikaans label, van een echtpaar uit Los Angeles,' zegt Van



TOMMY HILFIGER MAAKT KLASSIEKE KLEREN MODERN

TOMMY HILFIGER

Tommy Hilfiger begon in 1985 moderne versies te maken van klassieke kledingstukken als overhemd, chino en spijkerbroek. De naam staat nog steeds voor preppy en coole klassiekers met een *all American*-uitstraling. Dat geldt ook voor de collectie voor voorjaar en zomer van 2014. Inmiddels heeft het label meerdere lijnen waarvan spijkerbroeken deel uitmaken, zoals de casual en geklede menswear-collectie en Hilfiger Denim voor mannen en vrouwen tussen 18 en 28 jaar. Tommy Hilfiger heeft winkels in heel Nederland.

Meurs. Hun zoektocht naar de perfecte jeans leidde tot samenwerking met bijvoorbeeld Big John 'de Levi's van Japan': de broeken zijn gemaakt met oog voor detail en hebben een voering met een Delfts blauw motief. Ook maakten ze een jeans met het Canadese merk Naked & Famous, van Japans denim met in de editie voor Tenue de Nîmes een Amsterdammertje in het leren label. Van Meurs: 'Onze speciale edities bieden onze klanten exclusiviteit. Ze vliegen de winkel uit.' Naast de klassiekers van het label Edwin en van Levi's Vin-



TENUE DE NÎMES OP ELANDSGRACHT

W

WASSINGEN

Niet alle jeans hebben dezelfde kleur indigoblauw, dankzij verschillende wassing na het verven. Er is bijvoorbeeld de *dark (stone)* wassing voor een donkerder kleur, de *acid wash* die een vlekkelig, gebleekt typisch jarentachtigeffect geeft, en de *old blue* wassing voor een gelig 'oud' uiterlijk. Bij de meeste spijkerbroeken zijn de scheringdraden wit, maar soms zijn ze groen of geel, met een groene of gele gloed tot gevolg.

WRANGLER

Het merk Wrangler stamt uit 1947, maar oprichter Charlie Hudson begon al in 1904 met de verkoop van denim overalls. Het bedrijf, vanaf 1919 bekend als Blue Bell, stak veel tijd in technische ontwikkelingen. Zo gebruikte het als een van de eerste in 1936 een procedé om de krimp van spijkerbroe-



WRANGLER: VOOR COWBOYS

ken tegen te gaan: *sanforizati-on*. In 1947 introduceerde het de eerste 'westerncollectie' onder de naam Wrangler. Door het naar een lasso verwijzende logo wordt Wrangler nog altijd geassocieerd met cowboys. Het authentieke jeansmerk is ook geliefd om bijvoorbeeld de spijkerbloes. In 2013 bracht Wrangler de lijn Denim Performance uit: jeans van waterafstotende stof en met verborgen zakken voor mobiele telefoon, paspoort en portemonnee. ●

V

VERZORGING

Omdat indigo vervaagt, is het beter jeans zo weinig mogelijk te wassen en zeker geen vlekkenoplosser te gebruiken. Als wassen echt moet, is het verstandig de spijkerbroek binnensbuiten te keren en samen met andere donkere kleren te wassen. Bij het wassen en drogen boven de 40 graden kan de broek krimpen, en kunnen de naden bij de pijpen gaan draaien.