

ASPICIO LUXURIA

www.aspicioluxuria.nl

Home sweet home

Lifestylehouse

Grootste juwelenroof in Frankrijk

Kat en muis

De meest absolute zuivere vodka

Perfectie

Where to find!

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave



Een droomhuis ontwerpen dat bouwtechnisch niet mogelijk is? Erik Vasbinder ging de strijd aan en het eerste huis van LifeStyleHouse is bijna een feit.

4



Vodka is er in vele soorten, maten en smaken. Maar de meest pure vorm is toch wel Absolut Vodka. En nu komen ze met hun meesterstuk.

9



Kijk, waar Facebook al niet goed voor is. Nu hebben ze op de fanpage van Porsche een behoorlijk team aan Social Media specialisten losgelaten maar het resultaat mag er dan ook wel zijn. En om dit resultaat te vieren, komen ze bij Porsche wel met een heel bijzonder exemplaar.

13



Een van de grootste juwelenroof in de geschiedenis, en dit op klaarlichte dag! Is het een georganiseerde bende of 'one lucky man'?

33



De Good Cause Rally zorgde dit jaar wederom een onvergetelijke dag voor kinderen met een ernstige ziekte en hun familie.

29

Voorwoord	3
Vrouwen willen mannendecollete	17
De perfecte mix bij JHAB	21
By Geertje	24
Lijstjes: De duurste havens van Europa	37
De gadget corner	40
Piet Boon 2.0	47
Crowdfunding	49
Colofon	51

Voorwoord

Zomereditie

Zomer

Iedereen (nou ja, bijna iedereen dan) is weer terug van vakantie dus we draaien weer op volle kracht. Nu ben ik zelf maar een weekje weggeweest, toch heb ik zeker genoten van het heerlijke zonnetje op de Wannsee bij Berlijn. Helaas kon er niet alleen vakantie gevierd worden, maar moest er ook weer hard gewerkt worden om deze editie tot stand te brengen. Dus tijd voor redactionele werkzaamheden. In mijn zoektocht loop ik weer tegen de leukste verhalen en gadgets aan. Op de luchthaven van Zagreb kreeg ik wel een heel spannend verhaal te horen over een dievenbende die het voorzien heeft op de duurste juwelen die er op deze aardkloot te krijgen zijn, en daarnaast was ik op Twentse bodem bij de Good Cause Rally welke op mij een hele bijzondere indruk achterliet.

Daarnaast is Maarten Jan met de neus in de Wodka gevallen en heeft hij gesproken met de man achter 3V underwear. Onze vormgeefster Marleen was 3 weken van de aardbodem verdwenen met haar gezin, maar gelukkig heeft zij ook weer een teken van leven gegeven, anders zaten jullie nu uiteraard niet te lezen. Verder ben ik met Percy in de auto gestapt naar Alkmaar om een gesprek te hebben met een bijzondere man en zijn bijzondere project. Afijn, al met al toch weer een gevuld magazine met leuke en spraakmakende artikelen die weer heerlijk weggelezen. Dus ik zeg, wijntje, voetjes omhoog en even genieten.

Oh, even een huishoudelijke mededeling: Wij staan altijd open voor feedback en naar aanleiding van enkele opmerkingen van onze lezers hebben wij vanaf dit magazine de link om door te klikken naar de website van het betreffende bedrijf, verplaatst naar de linksonderhoek.

Veel leesplezier en tot Oktober.....

Is getekend,



Ser Mooij



Het droomhuis van Erik Vasbinder

Home sweet home

Home sweet home

De weg van Enschede naar Alkmaar is een beste rit. Van het ene uiterste naar het andere uiterste in Nederland. Al rijdend over de A1 zit ik met mijn collega nog even te bespreken hoe wij ons interview gaan vormgeven. Uiteindelijk zijn wij 2,5 uur later aangekomen op de plek van bestemming. Eenmaal de auto geparkeerd lopen wij om het enorme kantoorpand van URA heen, waar eigenaar Erik Vasbinder ons al verwelkomt. Hij schudt ons de hand en zegt "loop gelijk maar even mee". Voor het pand ligt een behoorlijke sloep in het water, "deze is voor de huurders in ons pand". Het moge duidelijk zijn dat Erik niet het typische beeld van een vastgoedontwikkelaar heeft. We nemen plaats op de boot en Erik schenkt alvast een rosétje in voor ons. Hij haalt lekkere hapjes tevoorschijn uit zijn koeltas en de toon is gezet.



We willen het hebben over zijn nieuwste bedrijf LSH, afkorting voor LifeStyleHouse. Al varend wordt mij duidelijk dat Erik geniet van Alkmaar, Erik is er geboren en getogen. Als jongste uit een gezin van vijf, was het net als voor de rest van de gezinsleden aanpoten en al snel werd hem geleerd dat het leven niet vanzelf komt. Zijn vader had 2 banen om genoeg te verdienen om zijn gezin te onderhouden terwijl zijn moeder ervoor zorgde dat de 5 kinderen opgroeiden met de juiste normen en waarden. Met de leeftijd van vijftien jaar wilde Erik na het lezen van een advertentie, kosten wat het kost, naar Amerika, als Exchange Student en na veel zeuren en overleg stemden zijn ouders toe om hem daar naar school te laten gaan. Zijn pleegvader verkocht auto's en Erik ging elke week na schooltijd en de weekenden met hem mee. Hij leerde al snel hoe het Amerikaanse leven in elkaar zat en je moet beter zijn dan de concurrent en dat je er hard voor moest werken. Zorg dat je vindingrijk word en altijd een ieder een stap voor zijn.

"Je moet een visie hebben en het is belangrijk om innovativiteit te tonen"



Beton, staal en glas *Beton, staal en glas*

Ondanks het oorspronkelijke doel een jaar te blijven, bleef hij er, af en aan, totaal 4 jaar. Ondertussen zorgde Erik er ook voor dat hij zijn middenstandsdiploma haalde en nadat hij definitief terug naar Nederland moest, kreeg hij zijn eerste baan via een vriend om aan de bak te gaan als betonvloechter. De basis van alles.

Met 16 jaar vakkennis als allround bouwer en zijn ondernemerschap in het moeder-bedrijf URA is hij uiteindelijk in 2011 LSH in Spanje begonnen. Deze nieuwe venture is opgericht samen met zijn compagnon Renald Moens. Met als basis een pronkstuk van een prachtig glazen kantoor aan het Noord-Hollands kanaal te Alkmaar. Hier huisvesten meerdere bedrijven en de zaken gaan goed. Zelfs in deze crisistijd is het voor Erik geen belemmering om door te gaan. Wel geeft hij toe dat het harder werken is voor minder geld, maar de keuze maken het voorzigtiger aan te doen, zou het einde van het ondernemerschap betekenen. "Je moet een visie hebben en het is belangrijk om innovativiteit te tonen".

En oog voor innovativiteit bezit Erik zeker. Een aantal jaar terug was Erik op een beurs en zag het glazen huis in

Zwitserland. Hij vond het erg mooi als je een huis hebt zonder enige belemmeringen, en mooie zichtlijnen. Toen kreeg hij het idee om zelf villa's te gaan ontwerpen. Maar dan wel een villa die je koopt vanwege de lifestyle die je ervaart. Bij het ontwerpen bleven er 3 basiselementen in zijn hoofd rondhangen, namelijk beton, staal en glas.

Tijdens een vakantie met zijn vrouw en zoon begon hij aan het strand wat te tekenen in het zand, en al snel vormden deze lijnen het model van zijn unieke villa. Later, op een trip naar de Volvo Ocean race zat hij met Renald op het terras tijdens een enorme onweersbui, maar ze werden niet nat. Ze zaten onder een zwevende luifel zonder opstakels en hierdoor kregen zijn ideeën steeds meer gestalte.

Toen wist hij hoe zijn villa's ontwerp zou kunnen uitvoeren. Letterlijk zei hij: "Je neemt een glazen huis en een paar strepen in het zand en zet er een luifel tegen aan". Eenmaal thuis begon hij te schetsen en de lijnen die daaruit voortkwamen hadden een vorm die zijn vrienden en buitenlandse makelaars deden verbazen.



Oppervlakte begane grond:	409 m2	Totaal	688 m2
Oppervlakte eerste verdieping:	389 m2	Totaal	633 m2
6 slaapkamers			

I Adembenemende uitzichten

Adembenemend

Binnen zijn bedrijf liet hij eerst alles zelf construeren en tekenen daarna besloot hij om in Spanje de eerste villa te bouwen. Eenmaal begonnen met de realisatie van het bestek en de bouwtekeningen, in Spanje, ten behoeve van de bouw vergunningaanvraag kwam hij erachter dat dit niet zonder slag of stoot zou gaan en het duurde nog zeker 7 maanden voordat de constructie gereed was voor de zwevende terrassen van deze unieke villa met stalen kolommen, voordat de bouwvergunning aangevraagd kon worden binnen de normen van de Spaanse wetgeving. De verleende bouwvergunning is inmiddels voor heel Spanje van toepassing.

Inmiddels is de bouw gestart van deze unieke luxueuze villa, welke Villa Canberra gaat heten. Deze komt dichtbij Marbella en Erik pendelt regelmatig tussen Spanje en Nederland om ervoor te zorgen dat alles volgens planning gaat. Op de website www.lifestylehouse.eu zijn ook toekomstige architectonische meesterstukken te vinden.



Deze turn-key projecten zijn een opvallende mix van hoogwaardige materialen en veel glas in een prachtige omgeving. Deze omgeving is uitermate belangrijk om de villa tot haar recht te laten komen. Erik zoekt dan ook, samen met de klant, de locaties uit waar hij zijn villa's kan realiseren. Natuurlijk het liefst op de mooiste plekken van Zuid Europa, maar inmiddels is er vraag uit heel Europa en daarbuiten. De bouwlocatie dicht bij Marbella heeft een adembenemend panoramisch uitzicht over het landschap en de horizon aan de zee. Dit is intens genieten vanuit je woonkamer.



Villa Canberra Terras

Villa Canberra, zoals deze villa gaat heten, heeft een woonoppervlak van 420m² en om het ultieme gevoel van lifestyle, ruimte en zicht te ervaren biedt villa Canberra zwevende terrassen. Ondanks het feit dat deze villa door zijn materialisatie, op natuurlijke wijze integreert in haar omgeving, is het wezenlijk anders dan de lokale architectuur al dan niet de bouw in heel Zuid Europa. Dit kenmerkt zich door zijn specifieke rechthoekige vormen en verdiepingshoge gevelopeningen. De woonruimte op de begane grond is ontworpen als een open ruimte, met accenten die ervoor zorgen dat je je beschermd voelt. Daarnaast genereren de brede openingen tussen de ruimtes spectaculaire uitzichten vanuit alle hoeken in het huis op de omgeving. Een creatie van een prachtige LifeStyle.

De begane grond en eerste verdieping tonen het verschil in gebruik van de villa tijdens de winter en de zomer: De begane grond is open en de grote woonruimte en het ruime terras zijn gescheiden door middel van grote glazen schuifdeuren. Dit zorgt voor scheiding van verwarmde en onverwarmde ruimten zonder in te moeten leveren op het uitzicht.

Beide verdiepingen richten zich naar de zon en zijn op beide niveaus verbonden met een ruim terras, waar het leven zich in de zomer afspeelt. Lage, brede glazen afscheidingen markeren het terras op de eerste en tweede verdieping en functioneren als balustraden. De balustraden bieden het zicht naar de typische, panoramische omgeving, onderbroken door struiken en bomen die het bergachtige landschap van Marbella opdelen en kenmerken.

The future of luxury living by lifestylehouse.eu

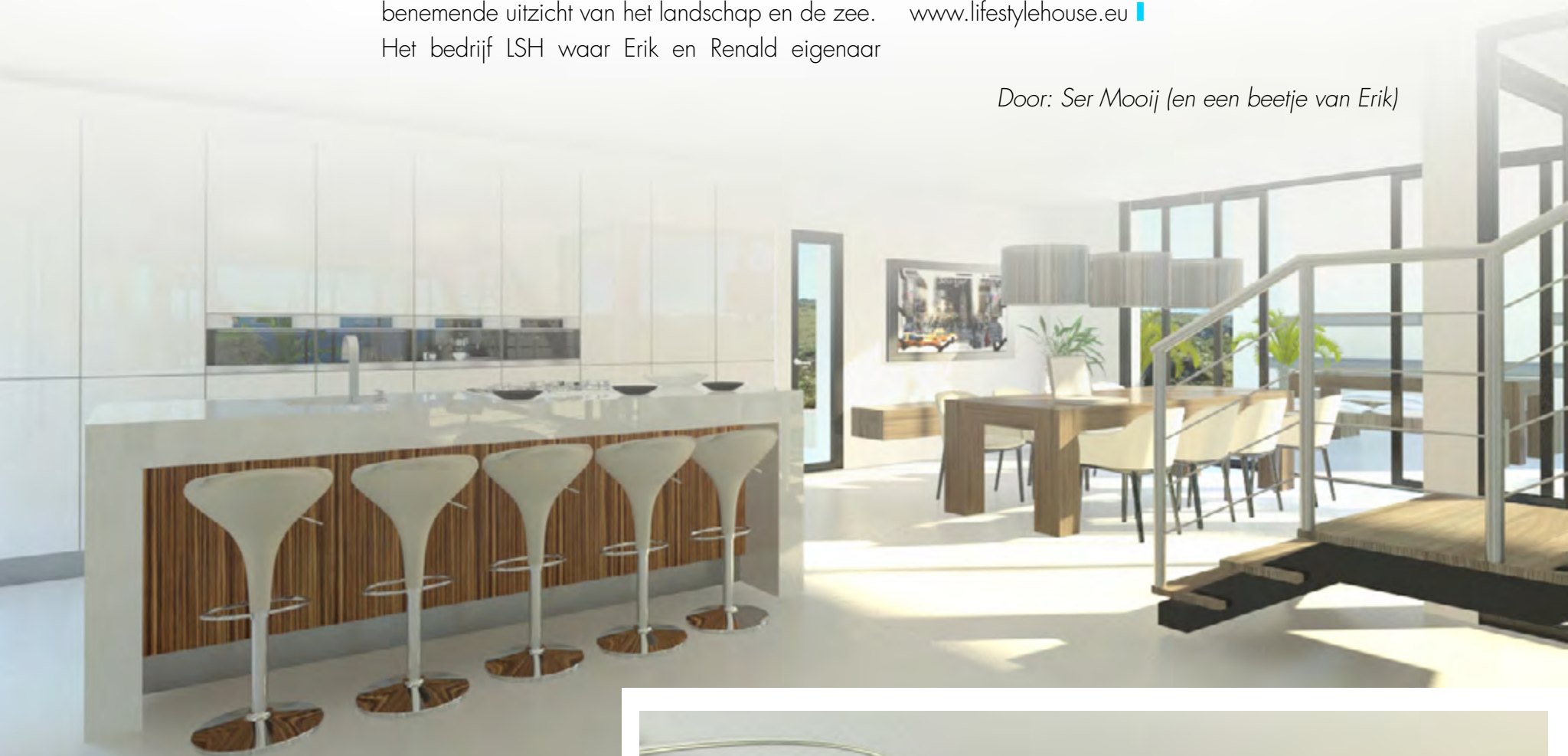
Het interieur kan uiteraard volledig naar wens worden ingevuld, maar de basisfuncties zijn natuurlijk wel aanwezig zoals een volledig Solar paneelsysteem, vloerverwarming, geïntegreerde airco in het plafond. Maar ook zonwerend glas met elektrische blindering.

Voor de veiligheid is er ook een video intercom, een elektrische toegangspoort, volledig alarmsysteem, internet en naar wens een domotica multimediasysteem. Alles bediend vanuit een centrale controle unit. Elke villa is uiteraard voorzien van een prachtig zwembad welke gericht is op het adembenemende uitzicht van het landschap en de zee. Het bedrijf LSH waar Erik en Renald eigenaar

van zijn heeft natuurlijk meerdere projecten lopen, maar dit moet toch wel meteen het paradepaardje worden van LSH. Vandaar dat de persoonlijke betrokkenheid in dit project erg hoog is. Al met al is mij duidelijk geworden dat een topvoetballer en een top ondernemer 1 ding gemeen hebben. Dat is namelijk niet alleen denken, maar ook gewoon "doen". Wij hebben Erik leren kennen als een gewone man met een gezond verstand en een boel lef.

Wilt u meer zien van de bijzondere projecten van LSH, neem dan een kijkje op zijn facebook: www.facebook.com/lifestylehouse.eu of de website: www.lifestylehouse.eu

Door: Ser Mooij (en een beetje van Erik)





SCAPA

Het proces, om maar één ding te bereiken

Absolute perfectie

Een uniek concept wat leidt tot één van de meest verkocht Vodka: ABSOLUT Vodka. Zij introduceren dit jaar een nieuwe luxe vodka, ABSOLUT ELYX. Graag nemen we een kijkje in het hoe, waar en waarom.

Om een constante hoge kwaliteit te waarborgen, hanteert ABSOLUT het 'One Source' principe, alles uit één bron. 'Iedere druppel ABSOLUT wordt in Åhus, de geboorteplaats van Lars Olsson Smith, geproduceerd. Daar, in het zuiden van Zweden, wordt ook de beste

wintertarwe betrokken en onttrekt men het zuiverste water uit eigen bron.

Toen Lars Olsson Smith in 1879 een nieuwe soort vodka met de naam 'Absolute y pure Vodka' op de markt bracht, had hij er geen idee van dat zijn unieke concept een eeuw later de een van de beste vodka ter wereld zou worden. Toen hij 14 jaar oud was, beheerste hij een derde van alle verkochte Vodka in Zweden!



Bijzondere werkwijze

Lars Olsson Smith, wiens portret elke fles ABSOLUT Vodka siert, was een Zweedse selfmade drankmagnaat uit de negentiende eeuw. Hij introduceerde een revolutionaire nieuwe distillatiemethode – de rectificatie / continu methode – die vandaag de dag nog steeds gebruikt wordt bij het produceren van ABSOLUT Vodka. Het resultaat was een heldere wodka van hoge kwaliteit zonder gevaarlijke en onsmakelijke bijproducten.

ABSOLUT Vodka wordt niet één, twee of drie keer gedistilleerd, maar honderden keren in een continu distillatieproces dat ontwikkeld is in de 19e eeuw. Door dit proces worden alle onzuiverheden verwijderd en wordt ABSOLUT Vodka gedistilleerd tot het punt van perfectie.

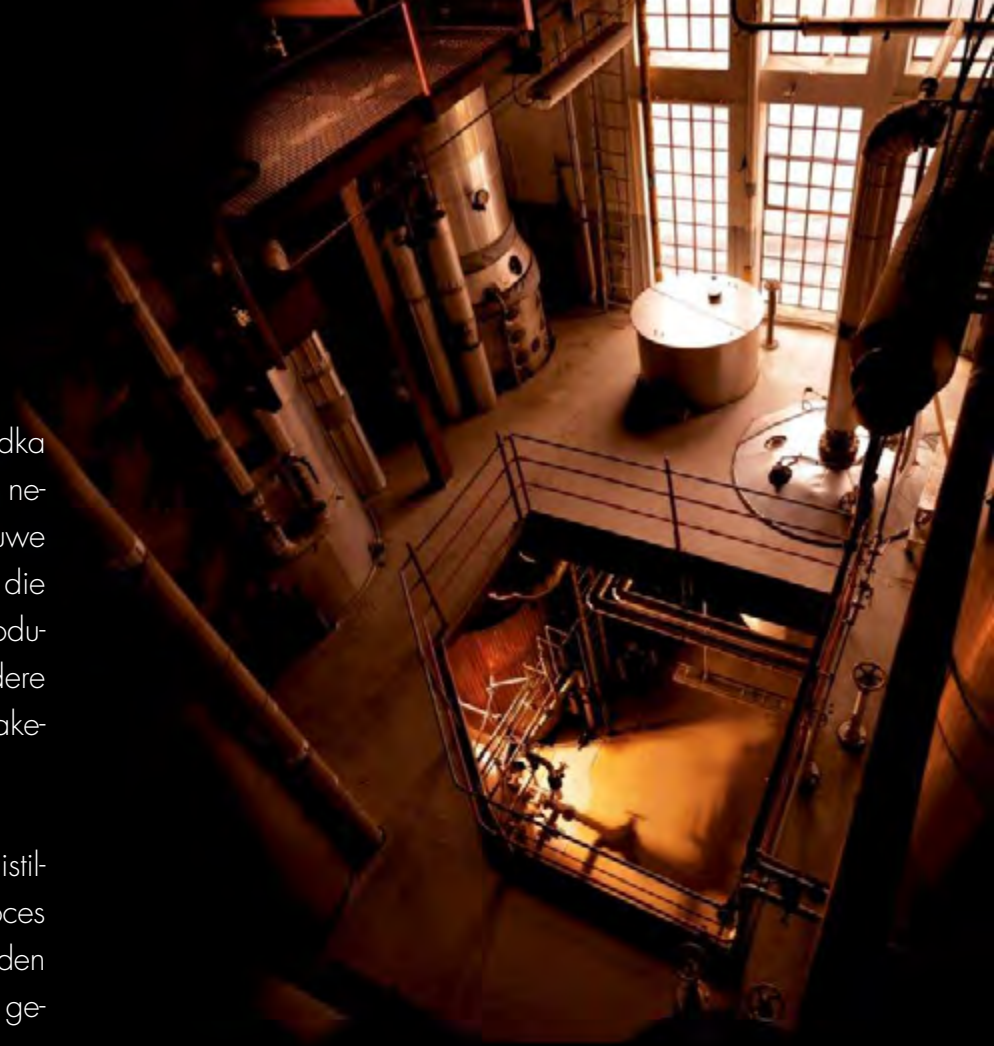
Exclusieve uitstraling

ABSOLUT Vodka is een hoog geprijsde kwaliteitswodka en heeft een exclusieve uitstraling. Gezien de doelgroep en de eerste advertenties in tijdschriften was het onvermijdelijk dat

er zou worden samengewerkt met de kunstwereld. De eerste stap in deze richting werd in 1985 gezet toen de New Yorkse popart-kunstenaar Andy Warhol de opdracht kreeg de fles van ABSOLUT Vodka te schilderen. Vandaag de dag werkt ABSOLUT samen met kunstenaars en ontwerpers in alle hedendaagse kunsten.

Men zag al vroeg in dat het ontwerp van de fles van cruciaal belang was voor het succes. De uiteindelijke vorm is bijna helemaal het resultaat van de vasthoudendheid van één man, Gunnar Broman. Hij kreeg het idee toen hij in de etalage van een antiekwinkel in Stockholm achttiende-eeuwse medicijnflessen zag staan. De flessen waren elegant, doch eenvoudig en typisch Zweeds. Bovendien ontdekte hij dat wodka in de achttiende en negentiende eeuw als medicijn verkocht werd in flessen die er niet veel anders uitzagen.

Broman moest meer dan een jaar aandringen voordat de fles werd goedgekeurd en de productieproblemen uit de weg waren geholpen. Het resultaat was een fles die erg afweek van de flessen van de concurrenten. De nieuwe versie van een oude medicijnfles werd als een meesterwerk in glasontwerp beschouwd. De tijdloze vorm, de fijne lijnen en het uitzonderlijk heldere glas onderscheiden ABSOLUT Vodka van de andere grote wodkamerken.





■ Het aanbreken van een nieuwe periode

Met deze rijke historie breekt er een nieuwe periode aan voor ABSOLUT. Onder het toezicht van zijn meester distilleerder heeft ABSOLUT de tijd genomen om een nieuwe luxe wodka te realiseren. En deze is nu klaar. De naam van deze uitzonderlijke wodka gaat onder de naam ABSOLUT ELYX naar de slijter, vervaardigd uit de beste tarwe van het Zweedse landgoed Råbelöf en op klassieke wijze gedistilleerd in een authentieke koperen destilleer ketel uit 1921, is deze ABSOLUT ELYX te omschrijven als uitzonderlijk zuiver met een zijdeachtige textuur. Het is de mooiste uitdrukking van ABSOLUT.

“De afgelopen jaren hebben we een golf van super premium wodka’s gezien die meestal neergezet worden als image” zegt Global Brand Director, Mathias Westphal. “ABSOLUT ELYX is iets anders. Het is een unieke combinatie van traditioneel handwerk, koperen destillatie en een uitmuntend design.

ABSOLUT ELYX is het resultaat van handmatige processen, authentiek vakmanschap en menselijk toezicht op elke detail van de productie. “Slechts een paar mensen hebben de vaardigheden en kennis om met onze oude koperen destilleer ketels te kunnen werken”.

ABSOLUT ELYX wordt gemaakt in Åhus Zweden, uit de beste tarwe van het landgoed van kasteel Råbelöf en uit het water van de ongerepte bron waarop de distilleerderij rust. Van zaad tot fles, wordt alles gedaan binnen een straal van vijftien kilometer van de distilleerderij, dit om de kwaliteitscontrole in elk detail te kunnen waarborgen. “ABSOLUT ELYX is gemaakt voor degenen die waarde hechten aan integriteit, en echte kwaliteit kan onderscheiden. Een perfecte mix van stijl en inhoud, het is de mooiste uitdrukking van de expertise, creativiteit en passie die ABSOLUT definiëren.

Door: Maarten Jan Jordaan

WAGENAAR LAWYER
CORPORATE & FINANCE

Hengelosestraat 187 | 7521 AB Enschede | T: 053 436 8124 | E: info@wagenaarlawyer.nl | I: www.wagenaarlawyer.nl



Porsche 911 Carrera 4S Facebook

Kijk, waar Facebook al niet goed voor is. Nu hebben ze op de fanpage van Porsche een behoorlijk team aan Social Media specialisten losgelaten maar het resultaat mag er dan ook wel zijn.

Inmiddels ruim 5 miljoen likes is immers een behoorlijk aantal en het is nog steeds groeiende. Als blijk van dank hebben ze bij Porsche dan maar bedacht om een speciale editie op de

markt te brengen. En dat vinden wij natuurlijk altijd leuk. Porsche heeft haar Facebook fans gevraagd om input te leveren om een speciale editie te ontwikkelen. En deze one-off 911 mag er dan ook wezen. Het resultaat is een aqua of "Facebook" blauw Porsche 911 met zwart en witte racing stripes en een vaste achterspoiler.

Door: Ser Mooij



Celebration

De bolide staat op mooie witte 20 inch velgen en op de deuren staan de woorden "5m Porsche Fans". Binnenin zijn de geborstelde aluminium dorpels verlicht met de tekst "911 Carrera 4S" met daaronder geschreven "Personally build by 5 Million Porsche Fans". Als dit geen opsteker is voor de fans dan weet ik het niet meer.

Deze unieke sportwagen is uitgerust met een 3.8 liter motor welke toch al zo'n 400 PK levert. Dit betekent dat in 4,1 seconden het blauw je met 100km/u voorbij flitst. De topsnelheid ligt rond de 300km/u. Maar je hebt 7 versnellingen om daar tot te komen. Om dit op een zo stabiel mogelijke manier te doen is de Porsche uitgerust met het AWD Porsche Traction Management systeem (PTM). Dit zorgt niet alleen voor een stukje extra veiligheid bij regen en sneeuw maar ook bij een nog sportievere rijstijl.

Bij de productie van deze bolide is een combinatie van aluminium en staal gebruikt. Op grote schaal en op de juiste plaatsen toegepast, verbetert dit het verbruik en de rijdynamiek. Dit zorgt voor een geweldige gewichtsvermogen verhouding van zo'n 3,5 kilo per PK.



Bedankje...

Porsche claimt dat meer dan 54.000 Facebook fans deel uit maakten van het design proces en nu deze bolide klaar is heeft het bedrijf een competitie gelanceerd die 1 gelukkige Fan de kans geeft om in deze prachtig vormgegeven blauwe bolide rond te scheuren op het circuit van Silverstone in Engeland. Deze is inmiddels bekend gemaakt en het is een Facebook geregistreerde Porsche fan die het grootste aantal Porsche fans in zijn vriendenlijst had. De runners-up na de winnaar tot de tiende plek hebben allemaal een schaalmodel gekregen van deze Porsche 911 Carrera 4S "5M Porsche Fans".





Ermenegildo Zegna
Passion for Silk



Modetrend : Vrouwen willen...

mannendecollete zien

mannendecollete

Strak in het pak, zonder stropdas, is vandaag geen uiting meer van voorkeur voor politieke kleur, maar trendy. De aandacht is gericht op het overhemd dat op verschillende manieren gedragen mag worden, zonder standaard maatvoering, maar beschikbaar in vele varianten die de perfecte pasvorm biedt en zo de man de kans biedt zich optimaal in stijl te kleden.

De grote gevestigde herenmodemerken presenteerden afgelopen jaar hun zomercollectie met een opvallend karakteristiek. Velen met een mediterrane georiënteerde stijl, en met name dat het overhemd van boven open mag, in sommige gevallen zelfs tot bijna aan de navel. De boodschap lijkt: Heren, de bovenste knoopjes mogen open! Wat wij kunnen lezen in verdere berichtgeving m.b.t. trends in herenmode voor de komende jaren is dat juist de dames de aanjagers zijn geweest van deze ontwikkeling. Vrouwen willen weer het mannendecolleté zien!

I Goede verzorging van de uiterlijke man

Deze spraakmakende trend wilden wij onderzoeken en gingen een kijkje nemen in Amsterdam Oud Zuid op enkele populaire locaties waar de vrijdagmiddagborrel plaatsvindt in een "scene" waarin vele liefhebbers van luxury life-style en vrouwelijk schoon zich graag bewegen.

Ons valt op dat de Nederlandse man zichzelf graag een gepast merkoverhemd aanmeet, en inmiddels een knoopje lager gaat, al wordt de meer mediterrane stijl slechts door weinigen geadopteerd. Waar de Nederlandse man blijkbaar ook niet echt vanaf kan is het t-shirt onder een overhemd, waarbij het witte boordje het discrete zicht van de vrouw belemmert.

Wat de Nederlandse man gelukkig wel heeft begrepen is dat een zonnebril in het haar echt uit is op een echt Nederlands bewolkte zomermiddag. Heren, dit is net zo uit als het zichtbare t-shirt randje. Wij mogen toch hopen dat als er een nieuwe ronde Idols volgt, dat zelfs Henkjan Smits dit begrepen heeft..

3V Underwear, een nieuwe Nederlandse partij in herenondergoed, lanceerde deze zomer een lijn van hoog kwalitatieve diepe V hals T-Shirts die de Nederlandse man wil helpen om de modetrend te adopteren, en ook de juwelen in zijn garderobe te beschermen tegen luchtjes en transpiratievlekken. Wij ontmoeten de entrepreneurs van 3V Underwear en spraken met Rik van Wijngaarden:

Om aan dit avontuur te beginnen ligt een zeer simpele drijfveer ten grondslag, namelijk een persoonlijk gemis, een argument dat veel uitvindingen en formules tot internationaal succes heeft gemaakt. Op de radio luisterde ik naar een bericht dat zei dat de internationale modewereld aankondigde dat de modetrend voor heren erop gebaseerd zou zijn dat vrouwen het mannendecolleté weer wilden zien. Berichten op internet bevestigden dit en ik ging direct als Nederlandse "t-shirt onder overhemd dragende" man winkelen op het internet. Ik was verbaasd dat er slechts enkele aanbieders waren, met name topmerken, maar wel tegen prijzen die ver boven een topmerk boxershort uitstegen.

Functioneel en onderscheidend

Hiermee ben ik direct aan de slag gegaan en een partner gevonden, gespecialiseerd in productie en marketing in mode en accessoires, waarmee vandaag 3V Underwear actief is op de Nederlandse markt, met een doelstelling om de Europese markt te veroveren.

Ons product moest functioneel zijn, speciaal en onderscheidend, van hoge kwaliteit, uiterst comfortabel om te dragen, maar ook voor verkoop aangepast op mannelijk winkelgedrag: Liefst geen winkel in, niet hoeven passen, en nog eenvoudiger te herbestellen.

Daar zijn wij in geslaagd door een lijn van underwear t-shirts te lanceren met drie verschillende V-hals dieptes gebaseerd op gewenst aantal knoopjes open, een "ultra comfort fit" zoals wij dat noemen, van zacht en comfortabel aanvoelend bamboetextiel, extra lang zodat het niet uit je broek kruipt, en strak om het lichaam blijft door de aanwending van 5% spandex. Verder zullen wij enkel online verkopen met grote aandacht voor het gemak van het aanmaken van een klantaccount en herhaalbestelling. Ook vragen wij onze klanten welk hoog kwalitatief ondergoed artikel zij vervolgens van ons verwachten. Misschien klinkt dit arrogant, maar wij zijn overtuigd van ons product.

Wear what you want, show what she likes

Ons is opgevallen dat je op straat en in het uitgaansleven meer gay heren ziet die de modetrend van de gevestigde merken adopteren dan hetero mannen. Over het algemeen hechten steeds meer mannen eraan om het lichaam in vorm te houden op de sportschool, dan wel via andere sportactiviteiten. Mannen zouden zich ongestoord en volledig mogen openstellen voor vrouwen die nieuwsgierig zijn naar wat onder hun overhemd zit. Vandaar een van onze slogans "Wear what you want, show what she likes". Vrouwen zijn veel makkelijker om elkaars decolleté te bekijken, al gebruiken dames die informatie discreter en met name effectiever. Zij doen daar eigen voordeel mee, wat mannen ook zouden moeten doen.

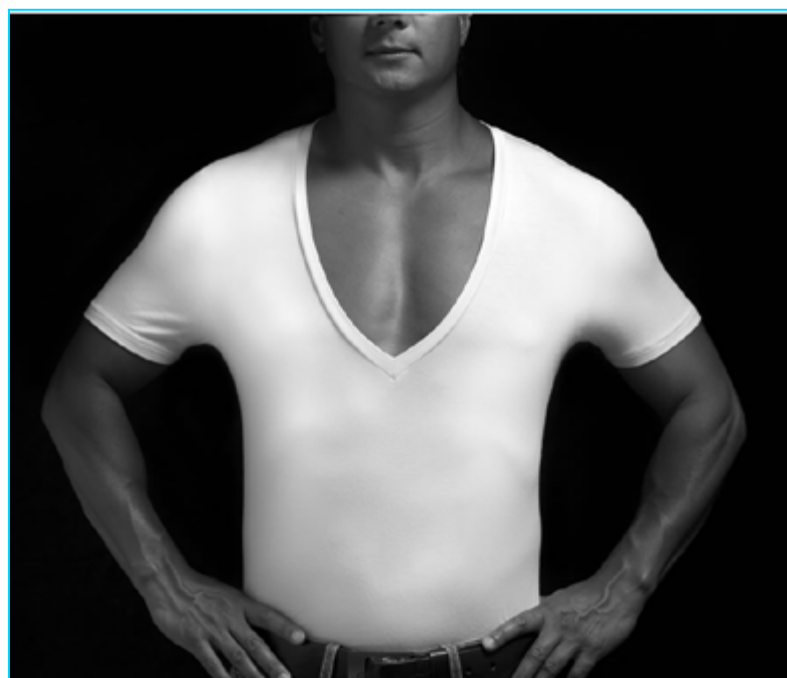
Bescherming van je overhemd

De doelstelling van ons product is functionaliteit; bescherming van waardevolle kleding, maar wel met grote aandacht voor comfort en kwaliteit. Onze shirts beschermen tegen luchtjes en zweetvlekken, net als een hoog kwalitatieve boxer short,

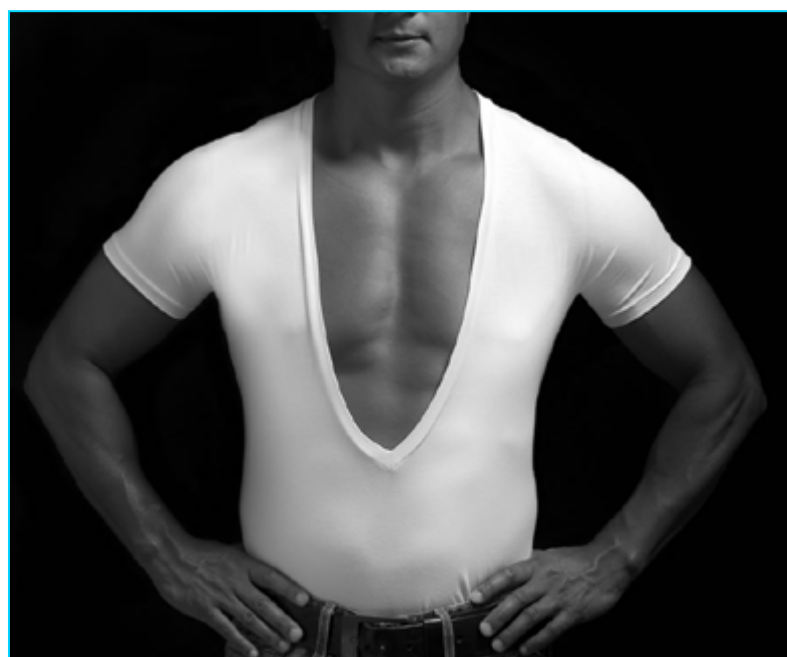
maar het is de bedoeling dat een ondershirt juist verborgen blijft als je het draagt, maar dat je ook trots mag zijn op de kwaliteit op het moment dat het toch gezien wordt.

De lingeriegedachte bij mannen en vrouwen

"Wij hebben er weloverwogen voor gekozen om juist de interesses van man en vrouw bloot te leggen en daar niet omheen te draaien. Mannen hebben meningen en gedachtes over vrouwenlingerie en hoe ze dit willen zien, terwijl de vrouw lingerie ziet hoe ze het zelf draagt. Ook daarop willen wij anticiperen. Ook mannen mogen meer ondergoed gaan dragen dat lekker zit en waarin de man zich goed voelt, waarbij de vrouw toch net ook wat meer interesse gaat tonen voor mannenlingerie."



Xtra Deep V



XXtra Deep V



MODERN LIVING BY JHAB

Leolux by JHAB

Haaksbergerstraat 134/136 ■ 7513 EB Enschede

De perfecte mix bij Jhab

de perfecte mix

JHAB Interieur Styling heeft de perfecte mix van moderne meubelen aangevuld met bekende klassiekers. De twee panden in Enschede geven de klant een ruime keuze van ondermeer Leolux, Minotti, Montis, Interleubke, en Cor echt een prachtige collectie.

Jos, Harry en Addie Becker zijn alweer de derde generatie Becker. De drie broers runnen hun prachtige interieur winkel, met veel passie en toewijding. Jos is verantwoordelijk voor de binnenhuis architectuur, Harry neemt een groot gedeelte van de verkoop op zich en Addie maakt het team compleet met de invulling van het technische gedeelte.

'Opa Becker is in 1920 vanuit Amsterdam naar Enschede gekomen, als schilders bedrijf', laat Jos mij weten. Toevallig kwam zijn vriendin uit Oldenzaal, in die tijd was een verhuizing van Amsterdam naar Twente een absolute wereldreis. 'Ze hebben zich toen in het Oosten gevestigd als schildersbedrijf', zo is het allemaal begonnen vertelt Harry.

Pa Becker was de eerste die is begonnen met schilderen en behangen bij de mensen thuis. 'Mensen gingen in die tijd niet zelf verven of behangen, dat liet je een bedrijf en een vakman doen', vertelt Jos. 'Vroeger was verf een half fabriicaat, alleen de schilder kon de verf mengen, een verharder of verdunner aan de verf toevoegen, en dan laten drogen, dat was echt vakwerk, dat kon alleen de vakman', vertelt Harry lachend. Al snel gaf Becker verfcursussen aan de mensen hoe je moest verven, mensen kenden dit helemaal niet. 'Op die manier is het "doe het zelf" eigenlijk begonnen.', laat Jos mij weten, vanaf die tijd ontstonden er steeds meer verfwinkels, mensen konden zelf potten verf kopen in de winkel.

'Wij zagen dat de verfmarkt aan het veranderen was. mensen gingen steeds meer naar bouwmarkt voor verf en wij hebben toen afscheid genomen van de verftak', vertelt Jos. Becker wilden meer aan de slag op het gebied van binnenhuis architect, en dat bevalt ons tot op heden goed gelukt. JHAB gaat voor tijdloos en duurzaam, deze lijn proberen zij vasthouden, ook in tijden dat het wat minder gaat.



Tijdloze aanvullingen

'De klanten die bij ons komen hebben meestal iets meer te besteden, die willen dan ook een mooie product, en dat mag dan best iets meer kosten', aldus Jos. Wij zullen dus niet snel onze lijn afstappen.

Onze inspiratie en nieuwe ideeën krijgen wij tijdens het bezoeken van de beurzen in Milaan en Keulen. 'Het is wel grappig om te zien dat tijdens de beurs in Milaan de Italianen groots uitpakken en tijdens de beurs in Keulen zijn de Italianen toch wel een stuk minder aanwezig', vertelt Jos. 'Wij zijn dan op zoek naar tijdloze aanvullingen op onze collectie, het is elke keer weer een uitdaging om dit te realiseren', laat Harry mij weten. Gelukkig lukt het JHAB elk keer weer "happy" met het samen stellen van hun collectie. 'In onze branche kennen we geen seizoenencollectie, het hele jaar door komen ontwerpers en meubelleverancier met nieuwe modellen', vertelt Jos.

'De komende jaren zullen we afscheid gaan nemen van bepaalde merken, minder merken maar dan wel een ruimere keuze in wat we hebben staan', laat Jos mij weten. Dat maakt het in de meeste gevallen wel makkelijker voor de klant om een beslissing te nemen. Op dit moment heeft JHAB twee interieur winkel in Enschede beide aan de Haaksbergerstraat. Tot de vuurwerkramp in was er ook nog een vestiging aan de andere kant van de stad. Helaas is dit pand tijdens de bekende vuurwerkramp in 2000 helemaal afgebrand. Voor wat betreft de Design Meubels zijn Nederlanders zeer vooruitstrevend, vele Nederlandse merken als Leolux, Montis,

Label, Pastoe, Gelderland hebben zowel nationaal als internationaal grote bekendheid. We onderscheiden ons zowel met de collectie als met de manier van verkoop wij willen graag met de klant meedenken en een gevoel creëren dat de klant bij ons aan het juiste adres is, dat is de grote kracht van JHAB.



TAO

japanese cuisine



Deurningerstraat 17
7514 BC Enschede

www.restauranttao.nl



By **Geertje**

Wat betekend luxe voor mij? Is de eerste vraag die ik mezelf stelde nadat ik gevraagd werd om voor Al magazine te schrijven. Ik ben een vrouw die na een "beetje" zelfreflectie kan zeggen, dat luxe voor mij mooie kleding en schoenen is. Mooi is in mijn geval vaak duur en dus luxe.

Ik schaam me voor de keren dat ik aan de kassa een paar veel te dure pumps afrekende omdat ik ervan overtuigd was dat mijn leven zonder deze niet compleet zou zijn. Maar wat zegt de inhoud van mijn garderobekast eigenlijk over mij?

Na een beetje research kwam ik een interessant onderzoek tegen. Dat luxeproducten voor vrouwen niet alleen een middel zijn om persoonlijke stijl te benadrukken, zelfbeeld te verbeteren of status af te dwingen. Maar in een aantal gevallen ook om andere vrouwen te ontmoedigen achter hun partner aan te gaan. Dat is de conclusie van een onderzoek van wetenschappers aan de University of Minnesota bij meer dan zeshonderd Amerikaanse vrouwen. De onderzoekers stellen vast dat luxe gezien wordt als een signaal dat de vrouw een bijzonder toegewijde echtgenoot heeft, waardoor concurrentes minder geneigd zouden zijn om een flirt te overwegen. Goed nieuws, dacht ik! Een win-win situatie en nog een goed excuus erbij om toekomstige aankopen te rechtvaardigen

Maar er is meer... Wij vrouwen zijn nu eenmaal ingewikkelde wezens. Uit de studie, bij vrouwen uit verschillende leeftijdscategorieën en relatietypes, bleek dat luxeproducten door vrouwen worden gebruikt als een waarschuwingssignaal naar andere vrouwen die als een mogelijke bedreiging voor hun romantische relatie werden beschouwd. "Potentiële concurrentes nemen onbewust aan, ongeacht het individu dat de daadwerkelijke aankoop heeft verricht, dat de mannelijke partij iets met de aanschaf van het luxeproduct heeft te maken en dus een grote toewijding kent voor zijn partner." "Het lijkt irrationeel dat Amerikanen elk jaar meer dan 250 miljard dollar besteden aan vrouwelijke luxeproducten, waarbij elke vrouw gemiddeld drie handtassen per jaar aanschaf, maar deze consumptie blijkt voor de vrouw in werkelijkheid een intelligente strategie te zijn om haar romantische relatie te beschermen," voert professor Griskevicius aan. "Luxeproducten vormen voor vrouwen een instrument om concurrentes te waarschuwen zich niet met hun partner in te laten. Vanuit diezelfde optiek zullen jaloerse vrouwen de neiging vertonen om meer luxeproducten te willen kopen. Luxeproducten hebben dan ook een belangrijke functie in een relatie."

Ook vrouwelijke vrijgezellen tonen een interesse in luxeproducten. "Die aankoop moet seksegenotes waarschuwen dat ze er zich voor moeten hoeden om zich in de toekomst met hun partner in te laten," zeggen de onderzoekers. Eerder onderzoek van professor Griskevicius bracht aan het licht dat mannen vooral luxeproducten kopen om leden van het andere geslacht aan

te trekken. Lees: Liefde voor auto's en horloges waar in dit magazine al veel aandacht aan besteed is...Na het lezen van dit onderzoek zou het wel een beetje ongeloofwaardig zijn om hier nu te schrijven, dat ik altijd zelf mijn luxe aankopen betaal, ook al zou dit betekenen dat ik aan het einde van mijn geld nog een stuk maand over heb. Ik zou dan ook geen goede vrouw zijn als ik deze nieuwe informatie niet geheel naar mijn eigen hand zou zetten. Dus om heel solidair te zijn, en dan niet alleen naar vrouwen. Heb ik de volgende hotspots op een rijtje gezet. Deze kunnen vanaf nu gewoon zonder schuldgevoel of schroom door de mannen betaald worden.

Of dit heel goed voor je (toekomstige) relatie is? Na het zien van de hotspots zou ik het zeker willen uittesten.....

xxx
Geertje



Lissabon



Lissabon is een van de gezelligste en goedkoopste hoofdsteden van Europa met tal van mogelijkheden voor de cultuurliefhebber, de shopaholic en de feestvierder. Een absolute must is een ritje met tramlijn 28, die brengt je naar de idyllische wijk Alfama.

Ook een bezoekje waard is het historische stadsdeel Belém met onder meer de beroemde Torre de Belém en het Hiëromymieten klooster Mosteiro dos Jerónimos. Fashionista's kunnen hun hart zonder twijfel ophalen in de Avenida da Liberdade waar chique modehuizen als Louis Vuitton, D&G en Prada gevestigd zijn. Voor meer betaalbare prijskaartjes moet je in de Rua Augusta, in het stadsdeel Baixa zijn.

Wie 's nachts de bloemetjes wil buiten zetten, moet naar Bairro Alto, dé uitgaanswijk bij uitstek. Deze hippe wijk is de leukste wijk van Lissabon. In de kleine sfeervolle straatjes zijn naast allerlei restaurantjes en winkeltjes ook veel bars en clubs te vinden, waardoor het 's avonds ook gezellig druk op straat is. Een aantal bars die aan te raden zijn Tasco do Chico, Mahjong en de gaybar Portas Largas. Je een weg banen door de mensenmassa kan soms moeilijk worden, maar het is erg leuk om de avond door te brengen tussen een mengelmoe van locals, toeristen en studenten. In deze wijk zijn er geen uitsmijters of entreprijzen en iedereen is welkom. Ook de Docas, het uitgaansgebied aan de Taag, is de moeite waard. Eén van Lissabons grootste en beste nachtclubs Lux, is hier gevestigd. Hier is het zien en gezien worden. Het publiek is hip en jong. Ook als je gewoon de trend volgt kun je hier gerust even losgaan, om daarna voldaan wat bij te komen in één van de vele mega zitzakken. Elke avond draait er een DJ en als je het even hebt gehad, kun je buiten op het terras heerlijk van het uitzicht op de Taag genieten.



Barcelona



Barcelona is en blijft razend populair als weekendbestemming. De bruisende stad van Gaudi, Picasso en Miro. Barcelona is met zijn prachtige gebouwen en monumenten een stad van wereldniveau.

Fashionista's kunnen in het winkelgebied Port Vell-Ramblas-Avinguda Diagonal naar hartenlust shoppen. De bekendste winkel van Barcelona is zonder enige twijfel El Corte Inglés op de Plaça de Catalunya. In dit warenhuis, een symbool van de Spaanse cultuur, vind je alles onder één dak.

Pluk de nacht? Genieten tot in de vroege uurtjes doe je in de wijken Port Vell, Port Olympic, Born en El Raval. Aanrader is Opium Mar waar Armin van Buuren, Tiësto en David Guetta vaak hun laatste hits draaien. Onder toeristen is Opium Mar de bekendste club van Barcelona. De club ligt aan het strand van Barcelona en is een superhippe lounge/discotheek. Met uitzicht op het strand kun je op het terras heerlijk loungen en binnen haal je de voetjes van de vloer. Om binnen te komen betaal je normaal € 20,-, maar op vele hoeken van de straat worden er kaartjes weggeven zodat je gratis toegang hebt tot de club. Geniet tot zes uur 's ochtends van de allernieuwste nummers en lekkerste drankjes. Ben je van al het stappen wat moe geworden, dan kun je de batterijen opladen aan het bekende Barcelona strand.



Istanbul



Istanbul was ooit de hoofdstad van het Romeinse, het Byzantijnse en het Ottomaanse Rijk met zijn ruim 12 miljoen inwoners de grootste stad van Turkije en een van de grootste steden ter wereld. Strategisch gesitueerd op beide oevers van de Bosporus en verdeeld over twee continenten vormt deze fascinerende metropool niet alleen de brug tussen Oost en West, maar verenigt hij ook een boeiend rijk verleden met een verrassend modern heden.

Winkelen in deze drukke stad is een must. Al is het maar om te kijken hoe onderhandelen hier in zijn werk gaat. Istanbul is de ontmoetingsplaats van oosterse en westerse culturen en dat zie je ook tijdens het shoppen terug. Enerzijds zijn er namelijk tal van markten met echt oosterse goederen waar de traditionele Turkse mensen nog achter de kassa zitten. Aan de andere kant heb je hier ook de moderne invloed uit het westen, welke te zien is aan de diverse winkelcentra die je verspreid door de stad tegenkomt. De ultieme shopervaring is te beleven in het enorme winkelcomplex Istanbul Cevahir. Deze grote mall is een van de grootste shoppingcentra van Europa en staat hiermee in de top-10 in de wereld! Je kunt hier meer dan 300 verschillende winkels bezoeken. Daarnaast beschikt het uit zes verdiepingen bestaande complex over maar liefst twaalf bioscopen! De mall heeft zelfs een kleine achtbaan, een bowlingbaan en het entertainmentcentrum Atlantis Entertainment Center. Jong en oud zijn hier meer dan een dag zoet. In de avond kun je lekker eten bij één van de 42 restaurants.

Wat je zeker gezien moet hebben, zijn de 'Blauwe Moskee' en de moskee 'Hagia Sophia', de sfeervol verlichte ondergrondse wateropslagplaats 'Basilica Cisterne' of 'Yerebatan Saray' en het sprookjesachtige Topkapi-paleis, gelegen op een van de zeven heuvels van Istanbul met een overweldigend uitzicht over de Bosporus. Helemaal al niet te missen is een bezoek aan de Grand Bazaar, een van de grootste ter wereld en voor velen hét hoogtepunt.





ACOUSTIQUE

Kuipersdijk 85 | 053-4310685
7512 CB Enschede | info@acoustique.nl

Onvergetelijke dag voor ernstig zieke kinderen

Good Cause Rally

Ondernemen gaat gepaard met vallen en opstaan, dat is algemeen bekend. Dit maakt de ondernemer creatief en succesvol tevens ook begripvol naar andere mensen toe. Dit begrip is wat vele ondernemers hebben opgebracht bij het initiatief van de Good Cause Rally welke dankzij de vele sponsors op 7 juli alweer voor de 9e keer werd gehouden op het terrein van vliegbasis Twente in samenwerking met Vliegclub Twente.

ALMagazine was er bij en maakte een verslag van deze fantastische dag. Met de titel "Festival of Speed" bezorgd de Good Cause Rally wederom voor een onvergetelijke dag voor kinderen met een ernstige ziekte en hun familie. Zij kunnen die dag alles even vergeten. Een overweldigend event in de wereld van supercars en vliegtuigen. Meer dan 300 gasten waren aanwezig om de Ferrari's, Lamborghini's, Aston Martin's en vele andere race, classic en supercars te bewonderen, en natuurlijk voor de kinderen om deze rally te ervaren. Presentator en Ambassadeur Bert van den Dool was aanwezig om live verslag te doen en de kennis over auto's over te brengen naar het publiek. Het lijkt wel of er benzine door zijn aderen loopt!

Gasten

Om in aanmerking te komen voor deze dag roept de organisatie de hulp in van belangenverenigingen als de VOKK, de Hart & Vaatgroep, Jeugdreuma Vereniging Nederland, de Hartstichting en Stichting Lucaï.





Kinderen zijn de VIP's

De GCR is een besloten evenement, helaas niet toegankelijk voor niet-genodigden, op deze manier blijft de focus op de kinderen, die zijn het allerbelangrijkst deze dag. In tegenstelling tot afgelopen jaar was het prachtig weer en gelukkig was er de mogelijkheid om de vliegtuigen in te zetten.

Een grote klassieke rode brandweerauto bracht de kinderen naar de startbaan. Daar stonden een aantal vliegtuigen van Vliegclub Twente klaar om de kinderen het racecircuit van uit de lucht te ervaren.

Een unieke Amerikaanse truck met een heuse straalmotor liet het publiek verbazen. De enorme warmte en het oorverdovende geluid van dit monster sprak tot ieder zijn verbazing. Tevens was er een stuntteam aanwezig, zij kregen het voor elkaar in zeer korte tijd niets over te laten van de 4 racebanden onder de stuntauto's. Die gingen letterlijk in 'rook op'. Tukker en ambassadeur Thomas Berger zorgde, net als afgelopen jaar, voor de muzikale invulling en de nodige entertainment.





Belangeloos

De GCR wordt elk jaar belangeloos georganiseerd door een meer dan enthousiast bestuur en een grote groep vrijwilligers. Het terrein, de tot in de puntjes verzorgde aankleding en de stands en catering komen natuurlijk niet vanzelf.

Het kost allemaal heel veel tijd om een evenement als de GCR vlekkeloos te laten verlopen. Vrij snel na het eindigen van de GCR 2013 is het bestuur alweer druk bezig met de 2014 editie. Mocht u na het lezen dit evenement willen steunen of meer informatie hierover willen, ga dan naar: www.goodcauserally.nl

Tekst: Ser Mooij

Fotografie: Niko Bloemendal, www.bloemendal-fotografie.nl

VANMOOF

- *Noir editon* -



Grootste juwelenroof in Frankrijk

Het spel van kat en muis



Het is geen geheim dat ik nogal eens onderweg ben en het laatste half jaar ook veelvuldig in Oost Europa. Op de luchthaven van Zagreb kwam ik met een man aan de praat. Hij was in Cannes geweest en op de terugreis.

Hij vertelde over een grote roof die net was gepleegd bij een juwelier in Cannes. Hij kon niet vertellen wat hij precies deed maar zijn verhaal intrigeerde mij en daardoor ben ik maar eens gaan zoeken en vond het toch wel een verhaal wat ik met jullie moet delen.

Op 28 Juli dit jaar liep op klaarlichte dag een gewapende man zo het luxe Carlton International Beach hotel op de chique Croisette in Cannes binnen waar op dat moment een juwelen en diamant tentoonstelling plaatsvond. Dit om zo'n 60 seconden later weer naar buiten te lopen met een partij juwelen ter waarde van zo'n 104 miljoen euro. Maar toen de dief uit het raam sprong van het luxueuze hotel liet hij zijn buit vallen. Hij was in staat om de duurste stukken bij elkaar te grissen en te ontsnappen. De roof op klaarlichte dag gaat de boeken in als de grootste juwelendiefstal ooit in Frankrijk.

Door: Ser Mooij

Desole, C'est la Crise

Het typische is dan wel dat de vermoedelijke dief 3 dagen later zijn dievenklauwen gericht had op de bekende horlogewinkel "Kronometry", in de mondaine badplaats. Alsof het een scene uit Oceans Eleven van George Clooney's alter-ego Danny Ocean kon zijn, dreigt een rover de exclusieve juwelenzaak op de Croisette in Cannes op te blazen met een handgranaat. Terwijl zijn handlanger het personeel onder schot houdt met een pistool vult de rover een sporttas met de duurste horloges die de juwelier in zijn bezit heeft. En het gaat hier niet om de Swatch-jes of Breitljes.... Eenmaal de tas gevuld gaan ze richting de deur maar voordat ze naar buiten gaan draait de rover zich nog even om en zegt in het frans "Desole, C'est la Crise" tegen het doodsbang personeel (sorry, het is de crisis). Als een filmscript zou je deze scene kunnen omschrijven als absoluut ongeloofwaardig. Echter, niets is minder waar aan de Zuid Franse kust.

De politie geeft aan dat er geen verband is tussen de twee overvallen maar andere critici geven aan dat de overval in het Carlton verdacht veel weg heeft van de beruchte Pink Panther bende die ook al in verband word gebracht met twee andere overvallen van gelijke aard waar zij al zo'n 3 miljoen euro buit hebben gemaakt.

De Cote d'Azur heeft natuurlijk ook een tweezijdige reputatie in de wereld. Enerzijds is het de speelplaats voor de beau monde en anderzijds is het de zonnige uitvalsbasis voor de "schaduw" personen, welke hun luxe jachten hebben afgemeerd in de azuur blauwe middellandse zee.... En als de rijken der aarde die hier zijn neergestreken klaar zijn met bruinbakken dan komt het regelmatig voor dat ze gaan

shoppen. Het mag dan ook geen geheim zijn dat tijdens de hoogtijdagen in de zomer de dure designer winkels en juweliers overladen zijn met de meest waardevolle inkoop.

Interpol gelooft dat de Pink Panther bende, welke genaamd is naar de diamant in de komediefilms van Peter Sellers, een bende is van zo'n 200 juwelenrovers uit voormalig Joegoslavië. Sinds de jaren 90 word deze bende gelinkt aan tal van inbraken en berovingen in ruim 20 landen inclusief Japan, Amerika, België, Frankrijk en Dubai waar deze bende voor ruim 400 miljoen euro aan sieraden bij elkaar heeft geroofd.

De acties van deze bende worden gekenmerkt door perfecte planning, oog voor detail, hun dreigementen met extreem geweld en hun gevoel voor Hollywood achtige dramatiek. In Dubai zijn ze gewoon met een paar limousines door het gepantserde vensterglas van een juwelierszaak gereden en in Parijs zijn ze verkleed met blonde pruik en sjaal de Harry Winston winkel binnengelopen om er met een significante buit weer naar buiten te wandelen. In St Tropez hebben ze er helemaal een show van gemaakt om verkleed in Hawaï shirts met hun buit op een speedboot te stappen en vervolgens vol gas weg te varen terwijl de toeristen zich afvroegen waar de camera's waren...



Werk van de Pink Panthers?

Toevallig, of misschien ook niet, was een toonaangevende bendelid ontsnapt uit een Zwitserse gevangenis slechts 3 dagen voor de Carlton overval. Milan Poparic die in de bak zat voor een overval in 2009, was de derde Panter die de afgelopen 2 maanden uit de gevangenis is ontsnapt. Een van de Panthers spreekt met onderzoeker journalist David Samuels die een jaar onderzoek heeft gedaan naar de bende. Hij vertelde dat de bende is ontstaan vanuit de zwarte markt welke weer was ontstaan door de internationale sancties tegen Servië tijdens de Balkanoorlogen. De Panter verteld dat men werkt vanuit een centraal commando die de targets uitzoekt en aangeeft welke bendeleden deze mogen uitvoeren. Er waren 4 belangrijke Panter bendes die afkomstig zijn vanuit 1 originele bende van diamantdieven uit Montenegro.

De dieven in zijn bende reisden af naar Italië en bekeken hoe de rijken daar leefden. Sommige bendeleden werden helemaal gek en wilden alles in een keer hebben. Dit zorgde er voor dat ze te hebzuchtig werden en sommigen werden voor een hele lange tijd opgesloten in de Italiaanse gevangenis. Tja, op deze manier scheid je als dief natuurlijk wel het kaf van het koren en zorg je dat je alleen maar hele slimme en verstandige (als dat al mogelijk is) dieven overhoudt... In Cannes, waar de enorme golf van juwelen overvallen behoorlijk wat boze gezichten heeft gezet. Pleiten de politievakbonden voor meer gewapende agenten op straat om de dieven af te schrikken. Dit zorgt al voor een Franse discussie met de secretaris generaal van een van de belangrijkste vakbonden van de Franse politie die claimt dat er van de 200 politie agenten in Cannes zeker 60 achter hun bureau zitten. De autoriteiten maken zich zorgen dat er meer overvallen gaan komen en sturen meerdere patrouilles uit in de nacht. Echter, waren alle recente overvallen in Cannes op klaarlichte dag. Dat is niet echt logisch naar mijn weten....

Ik vraag mij dan af waar de autoriteiten op wachten....ernstige geweldpleging of misschien moet er eerst iemand worden vermoord. Het is hoe je het ook ziet een gevaarlijke situatie om nog maar niet te spreken over de reputatie van Cannes. Daarnaast is het ook een signaal naar andere criminelen die Cannes gaan zien als een open deur voor hen. Wie het ook moge zijn die de diamanten uit het Carlton hotel heeft geroofd, het ziet er niet naar uit dat deze ooit gevonden worden. Ik denk dat deze diamanten inmiddels alweer geslepen en gepolijst zijn zodat de originele maat en vorm niet meer te herkennen is. Sterker nog, diezelfde dief zou gewoon weer het Carlton Beach hotel in Cannes binnen kunnen lopen en de diamanten dragen zonder dat er ook maar iemand is die kan bewijzen dat dit de juwelen en diamanten zijn van de roof op 28 Juli.....

Hoe dan ook, als de juwelenroof in het Carlton en bij de beroemde Horlogewinkel Kronometry het werk is van de Pink Panther bende, dan staat de politie in Frankrijk te kijk en is het 1-0 voor de muis....



911 50

50 Years of the Porsche 911 – Tradition: Future



We zijn gek op lijstjes: De duurste...

Havens van Europa

Hier liggen de rijken heel graag met hun superjacht. Heerlijk varen van de ene jachthaven naar de andere, lekker een kleurtje krijgen en genieten van het goede leven....wie wil dit nou niet!! Helaas hangt er aan deze dure hobby een prijskaartje. Natuurlijk hebben we het dan niet over havens waar jachten van 15 meter te vinden zijn. Dit zijn de havens voor het "echte" werk.

Het duurste land op je superjacht om een nachtje aan te meren is toch wel Italië. Voor een schuitje langer dan 24 meter, is €2.900 euro voor een nacht geen uitzondering.

De Fransen hanteren ook redelijk hoge liggelden met als absoluut hoogtepunt de Formule 1 race van Monaco. Prijzen kunnen zelfs oplopen tot zo'n €15.000,- euro per nacht. Net als in de "gewone" havens zijn ook hier de prijzen behoorlijk seizoens gebonden. Maar ik ga er niet van uit dat de kapiteins hier wakker van liggen.... AL Magazine heeft een lijst samengesteld van prachtige havens. De prijzen zijn gebaseerd op de super schuitjes met een lengte van ongeveer 70 meter.

Door: Maarten Jan Jordaan





1

CAPRI, ITALIË

Gemiddelde prijs per nacht: 2.900,- euro

Aantal superjacht plaatsen: 10

Hoogseizoen 11.688,- euro: Tijdens de Rolex Capri Zeilweek



3

PORTOFINO LIGURIA, ITALIË

Gemiddelde prijs per nacht: 2.350,- euro

Aantal superjacht plaatsen: 6

Hoogseizoen 17.650,- euro: Portofino Rolex Trophy in mei



5

ST. TROPEZ, FRANKRIJK

Gemiddelde prijs per nacht: 1.300,- euro

Aantal superjacht plaatsen: 30 Hoogseizoen 13.500,- euro: Internationale Polo Cup in Juli



2

PORTO CERVO, ITALIË

Gemiddelde prijs per nacht: 2.500,- euro

Aantal superjacht plaatsen: 60

Hoogseizoen 9.500,- euro: Delux Fair in Juni



4

IBIZA MAGNA, IBIZA

Gemiddelde prijs per nacht: 2.300,- euro

Aantal superjacht plaatsen: 12

Hoogseizoen 8.000,- euro: Dance feesten in September



6

PORT HERCULE, MONACO

Gemiddelde prijs per nacht: 1.200,- euro

Aantal superjacht plaatsen: 20

Hoogseizoen 33.800,- euro: Monaco Formule 1 Grand Prix



BALLY
SWITZERLAND



Gespot in...

Gespot in...



De Gadget corner

Zoals misschien bekend ben ik een fan van allerlei gadgets die er op deze aardkloot te vinden zijn. Tijdens mijn reizen door Europa ben ik weer een aantal erg leuke dingetjes tegengekomen. Hierna een overzicht van de meest zinloze (maar wel leuke) musthaves.



Door: Ser Mooij

Chanel Velvet Mat Top Coat



Chanel staat natuurlijk bekend om haar kwaliteitsproducten. En dit doen zij op verschillende fronten maar als het om cosmetica kun je bijna zeggen dat Chanel het heeft uitgevonden en verbeterd. De "Chanel Velvet Mat Top Coat" geeft een luxe mat effect aan je nagels. Deze limited-edition topcoat zorgt er voor dat elke kleur nagel een satijnzachte matte afwerking heeft. Prijs: 45 euro.

1965 Shelby GT-350 pooltafel



Goed, maar even eentje voor de mannen dan. Deze pooltafel is perfect voor de echte klassieke auto verzamelaar en is in een zeer beperkt aantal geproduceerd. Dit zijn de enige "collectors edition" pooltafels gemaakt voor Shelby. Afgewerkt in origineel Wimbledon wit en Guardsman blauw en met kersenhout afgewerkt randen en een solide hard-houten frame. De vorm komt uiteraard van een echte Shelby GT-350 uit 1965 en is opgepoetst met de beste materialen die er te vinden zijn. Houdt er rekening mee dat de originele banden sporen kunnen achterlaten op uw vloer. Prijs: 14000 euro.

Shourouk dubbele Cora Zambia



Shourouk staat bekend om haar excentrieke sieradenlijn en de Zambia Cora ketting is toch wel 1 van haar mooiste stukken. Deze "gevlochten" ketting met multi-gekleurde Swarovski kristallen en geëmailleerde stenen, geven je het gevoel dat de zomer eeuwig duurt. Met een lengte van 17 inch pronkt dit meesterstuk aan uw hals. Prijs: 775 euro.

VAVA Voom kristal



Je kan zeggen van de naam wat je wilt maar als je naar deze tas kijkt van Valentino, dan is de naam wel erg toepasselijk, "VaVa Voom"..... Dames zeggen dat deze tas de perfecte afmeting is, maar goed, ieder haar mening zullen we maar zeggen. De Camo kristallen zijn verdeeld in een camouflage patroon en bedekken het suède en nappaleer van deze tas. Aan de voorkant van deze uitbundige tas zit een handvat bewerkt met de bekende Valentino studs en een goudkleurige zware ketting is bevestigd zodat je deze tas netjes over je schouders kan dragen. Aan de binnenkant zijn er 2 vakken om je meest belangrijke zaken in op te bergen. Prijs: 2000 euro.

Tekno Black light Bubbles



Bellenblazen, wie heeft het niet gedaan zou ik zeggen..... Kijk hoe je waanzinnige bellen blaast onder het black light welke een felle blauwe gloed over de bel achterlaten. Nu zijn deze lichtgevende bubbels al jaren te bewonderen in menig show en discotheek maar de verpakkingen waren er alleen in industrieel formaat waardoor thuisgebruik dan gelijk weer zo'n overdreven proportie aanneemt. Maar het bedrijf Tekno heeft ze nu ook in kleine handzame flesjes gemaakt zodat ze gewoon in de winkels kunnen worden verkocht. Kosten voor de Tekno bubbels: 4 euro



celez

Het gaat snel in de wondere wereld van de exclusieve bouw

Piet Boon 2.0

Piet Boon

In onze vorige editie kon u een uitgebreid profiel lezen van Piet Boon®. Toch is er tussen juni dit jaar en nu het een en ander veranderd.

Huys aan 404 Park Avenue South is een neoklassiek gebouw uit 1917 gesitueerd in het centrum van het levendige NoMad district en omgeven door fin-de-siècle kantoorpanden en pakhuizen en door statige herenhuizen uit de rijke periode van New York. Piet Boon® is uitgenodigd door de prijswinnende onroerend goed ontwikkelaar Kroonenberg Groep om een totaalconcept te creëren voor de verbouwing van commerciële kantoren tot 58 luxueuze appartementen met elegante details en winkelruimte op de begane grond.

“Ons doel was consequent door het hele pand comfortabele luxe realiseren. En onze ontwerpfilosofie en esthetica zijn ingebakken in iedere centimeter van het gebouw, van de prachtige aanpassingen aan de gevel tot de architectuur en het interieur en de unieke productontwerpen. Met passie en deskundigheid en gebruik van een rijk Nederlands erfgoed hebben we in New York City het toppunt van verfijnde subtiliteit en luxe gecreëerd”.



Fotografie: Paul Barbera
Styling appartement: Karin Meyn
www.pietboon.com
www.huys-nyc.com



Flora

BY

GUCCI

THE
GARDEN



Een nieuw tijdperk!

Crowdfunding

Crowdfunding

Sociaal lenen aan elkaar en hiermee dingen mogelijk maken: In Twente noemen ze dat "Noaberschap". Wat is crowdfunding nu eigenlijk en wat zijn de mogelijkheden?

Crowdfunding betekent letterlijk 'financiering door de menigte'. Het is een collectieve financieringswijze waarbij meerdere investeerders een specifiek project kunnen financieren of ondersteunen, hoofdzakelijk via een geautomatiseerd internetplatform en sociale netwerken. Via crowdfunding investeert u in producten of bedrijven. De investering kan in de volgende vormen:

- aandelen in het bedrijf;
- lening aan het bedrijf;
- obligatie aan het bedrijf (al dan niet met mogelijke omzetting in aandelen);
- kopen van het product en daarna bepalen of u wilt investeren.

Ook in Nederland ontwikkelt zich een snel groeiende markt, want crowdfunding kan lonen. Door crowdfunding kan een idee of initiatief niet alleen financiële steun genereren, maar tegelijkertijd krijgt het ook feedback, men bouwt een community op en wint zo aan omvang en populariteit.

Fiscaliteit omtrent crowdfunding

Het begrip 'crowdfunding' kennen we in de fiscale wereld nog niet. Op basis van feiten en omstandigheden moeten de fiscale gevolgen en merites worden beoordeeld, dit zowel bij de ontvangende partij als de betalende (aanbiedende) partij. U leent, schenkt of investeert in crowdfunding. Wat zijn de fiscale gevolgen? Dit is niet zo eenvoudig te zeggen.



Vragen die bij de fiscaal jurist naar voren komen zijn:

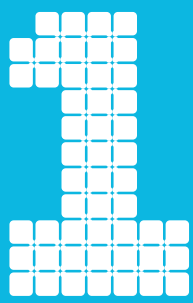
- Investeert u als particulier of als ondernemer?
- Aan wie leent u geld (familielid, ondernemer, fonds, etc.)?
- Is een deel van het geld een gift of schenking?
- Krijgt u iets (een dienst of product) terug voor uw investering?
- Wat krijgt u als investeerder (aandelen, obligatie, eigendom, zeggenschap, lening, etc.)?

De basis is dat, als winsten belast zijn, de verliezen aftrekbaar zijn. Dit zal spelen als uw bedrijf of B.V. een investering doet. Als u als particulier zou investeren, zal dit veelal in box 3 plaatsvinden, tenzij u meer doet dan enkel geld lenen (meer dan normaal vermogensbeheer) of een zeer groot belang krijgt in de onderneming (een aanmerkelijk belang).

Indien u voornemens bent om gebruik te maken van crowdfunding als aanbieder of ontvanger, dan is het raadzaam om contact op te nemen met uw belastingadviseur om de fiscale gevolgen hiervan goed in kaart te brengen. Mocht u naar aanleiding van dit artikel nog vragen en / of opmerkingen hebben, dan kun u contact opnemen met Jongbloed Fiscaal Juristen op telefoon nr. 088 - 027 00 00. ■

Jongbloed
FISCAAL JURISTEN





**SOCIAL
MEDIA**

Because **second**
isn't good enough.

Neil Alden Armstrong (August 5, 1930 – August 25, 2012) was an American astronaut and **the first person to walk on the Moon**. He was also an aerospace engineer, naval aviator, test pilot, and university professor.

Want to become number one in effective use of social media?
Check out www.1socialmedia.nl

I Colofon



Uitgever:	PMS Concepts BV
Hoofdredacteur:	Ser Mooij
Hoofd advertentieverkoop:	Maarten Jan Jordaan
Ontwerp & vormgeving:	Marleen Kulk - Kijk op vormgeving
Fotografie:	Ruud van der Linden - ruudvanderlinden.eu

I Contactgegevens

Algemeen:	info@aspicioluxuria.nl
Telefoonnummer:	053 - 7112777
Adverteren:	info@aspicioluxuria.nl

Kamer van Koophandel	
Veluwe en Twente:	56253648