



Focus
Politiegeweld in
Amerika

pag. 6-7



Muziek
Rocksensatie The
Secret Machines

pag. 14



Style
Hoogtepunten
van de
Modefabriek

pag. 19

JAARGANG 01 ■ 2 - 8 FEBRUARI 2006 ■ NR. 015 ■ WWW.TED.NL

Yodeletheidi!

Heidi, het huppelende meisje uit de Alpen gaat Europa veroveren. Hoe? We vroegen het Willy Fantin van HEIDI.com.



Waar staat HEIDI.com voor?

Die staat voor fashion design (logo), pure Alpen roots (HEIDI) en wereldwijde toegankelijkheid (.com).

Hoe zijn jullie gestart?

Eind 2003 besloten twee jonge Zwitsers een label op te zetten waarin de beroemde Heidi uit de Alpen in een 21^e eeuw, urban jasje werd gestoken. Ze begonnen hun streetwear te verkopen via het internet en toen kwamen de winkels al gauw aankloppen. De impact van HEIDI.com groeide en vandaag verkopen we van alles; van T-shirts en hoodies tot petten en riemen.

Wat wordt belangrijk qua mode in 2006?

Originaliteit, nieuwsgierigheid. HEIDI.com gaat haar look veranderen en gaat andere stijlen uitproberen, maar zal altijd veel kwaliteit bieden.

Hoe gaat HEIDI Europa veroveren?

Goede vraag... ehh... eigenlijk willen we niemand veroveren, het gaat prima zoals het gaat. Maar wellicht dat een artikel in deze coole krant dé oplossing zal brengen! En in de tussentijd blijven we de modevakbeurzen bezoeken. De Benelux, Duitsland en Frankrijk zijn dit jaar onze hoofdbestemmingen. Even kijken hoe er daar op onze collectie wordt gereageerd.



De Modefabriek

Mode is in de mode! Tijdens de Modefabriek 2006 die afgelopen zondag en maandag plaatsvond in de RAI showden meer dan 400 labels hun nieuwste collecties. Tussen alle nieuwe trends stal één fashion item zeker de show: het T-shirt. Hoewel iedereen naar de lancering van de nieuwe T-shirtlijn van Bridget keek, hadden wij meer oog voor de lefgozers van Kultivate, ©LAB en HEIDI.com. TED maakte direct van de gelegenheid gebruik en gooide ze snel wat vragen voor de voeten.