

Gadgets Mobieltje als mode-accessoire

De ladyphone, voor échte vrouwen

Floor van Dijk

AMSTERDAM

•••

Het blijft een verbazingwekkend commercieel succes: de 'ladyphone'. Er blijven maar nieuwe bijkomen en overall zie je vrouwen en meisjes met een klein, rond, glanzend telefoontje in allerlei kleuren. Zelfs de meiden die een paar jaar geleden het hardst 'onzin!' riepen, bellen nu in het roze en checken daarna nog even hun lipstick in het spiegelkje. Er is blijkbaar iets waardoor vrouwen andere mobiele telefoons willen dan mannen.

Vodafone en Sony Ericsson presenterden tijdens een Ladies Lunch bovenin de Rembrandttoren hun nieuwste telefoons: aardbeiroze mét *Desperate Housewives*-content. Een mooie gelegenheid om nog eens kritisch achter het hoe en waarom van het fenomeen telefoon-voor-vrouwen aan te gaan. Er is, zo wordt verteld, onderzoek gedaan, en daaruit blijkt dat de dames niet zonder hun mobieltje kunnen en het zien als een mode-accessoire.

'Vrouwen hebben meer gevoel voor detail, ze zijn zintuiglijker. Herinne-



Aardbeiroze vrouwenmobieltje.

ringen en ervaringen zijn voor hen belangrijker dan geld. Daarom wordt ook de look van artikelen belangrijker. Dat past hé-le-maal in de laatste

trends', verklaart trendwatcher Peter Heshof van conceptenbureau Bloom, die tijdens de lunch de link mocht leggen tussen Madonna en telefoontjes. 'De tijd van girl power is passé. Mensen verlangen weer terug naar duidelijke man-vrouwrollen. Dat zie je ook terug in producten: een mannen-hamburger, de 'oerman'-reclame van Bavaria en de ladyphone. Weg met uniseks, je moet beide seksen als een aparte doelgroep benaderen.'

Wie er ooit op het geniale idee kwam om met een vrouwenmobieltje te komen, mag Joost weten, maar hij is er vast heel rijk van geworden. Telefoonmerk Samsung claimt de eerste te zijn. Niet alleen in vorm is het damesmobieltje extra vrouwelijk, vaak zijn ze *gepimpt* met allerlei foefjes. Je kunt het zo gek niet bedenken, of het zit erin: een stappenteller, menstruatiekalender, een spiegelkje en speciale content: vrouwelijke ringtones en horoscopen.

Arash Rahmani van modeblog.nl,

een onafhankelijke modewebsite verklaart het succes door de look: 'Het uiterlijk is veruit de belangrijkste reden om een telefoon te kopen. Vrouwen zijn trendgevoelig of het nu gaat om kleding of accessoires. De markt van mobiele telefonie speelt hier de laatste tijd steeds beter op in. Het is niet voor niks dat er steeds kortstondige affaires zijn tussen telefoon- en designermerken. Een telefoon verkoopt tweemaal zo hard door er een naam van een bekende designer aan te hangen.'

Maar exclusieve telefoons, dat willen niet alleen vrouwen. Het exclusieve Zwitserse telefoonmerk Goldvish verkoopt, zo meldt de Nederlandse manager David Geensen, aan zowel mannen en vrouwen. Hun 'Le Million', (de naam verraadt de prijs) de duurste mobiele telefoon ter wereld, is voorlopig alleen door een man aangeschaft. Waarschijnlijk omdat het toestel geen menstruatiekalender heeft. ●