



Deze reclamecampagne voor Prada's zomercollectie, is de eerste grote campagne voor Nimuë Smit (17).

Hollandse Nimuë

Nederlandse modellen, waaronder Nimuë,

► Voor het eerst maakt een hele groep Nederlandse modellen internationaal naam.

► Nimuë Smit werd op vijftienjarige leeftijd ontdekt via Ityvet.

DOOR GEORGETTE KONING
Of de haad evil bij de outfit post? De ze prangende vraag stelde Karl Lagerfeld tijdens de doorgang van de recente Chanelshow aan de Nederlandse Nimuë Smit (17). Vandaag ze kon antwoorden, had de legende alweer iets anders aan zijn grijze hoofd. Maar toch, ze zal het moment niet snel vergeten, zegt Smit die sinds vorige week in de toernooiwereldige Vogue een Top 10 New Models staat.
„Er is een trend aan het ontstaan”, vertelt Smit. „Ik ben een modiebureau Code Management. Ze rust het bureau met zakenpartner Rick van Willeman. „Ik zat in voor het eerst dat ik een hele groep Nederlandse meisjes internationaal zo hoog zie

werken.” Behalve Smit, zijn dat ook de Nederlandse meisjes Anna de Rijk, Yusef Stiekelma, Lara Stone en Coco van de. Internet is volgens Simons de reden van de hausse. „Daarvoor hoort de communicatie veel, via de mail kan een modiebureau mensen wereldwijd aan andere bureaus en klanten voorstellen.”

Internet blijkt ook ideaal voor het zoeken van modellen, dat doorgaans gebeurt op drakke straatlocaties. Maar Simons weet vaak via internet. Ze kan internetprofielen bekijken van meisjes van Geringe tot Maatschappij. Via Ityvet werd ze twee jaar geleden betrouwd door de jonge ontwerper van de toen vijftienjarige Nimuë Smit. „Ze heeft katachtige ogen die altijd op half zeven lijken te staan. Ze heeft een onafhankelijk karakter. Mij als ik naar haar kijk, zie ik iets extra's. Wat dat precies is kan ik moeilijk uitleggen.” Het was een kwestie van geluk dat Simons ontdekking vervolgens helemaal roddel aan standaard modelreclame: prominente jubbedieren, mooie kaaklijn, lange tassen 1,75 en 1,80, en maagje 34.

Simons en van Willeman werken

samenlief met meisjes uit Nederland omdat ze een persoonlijke band willen. „We kunnen regelmatig bij te thuis om te praten over fotosessies, dat gaat niet met een model uit de Dekamer”, zegt Simons.
Ondanks plakt Simons een model te ope van internet waarvan ze de naam uit rees voor de concurrentie leveringsagrietsoent. Dat heeft twee

► Nimuë Smit liep onlangs ruim veertig shows voor de nieuwe wintermode

te maken dat de tijd van de topsmodellen als Claudia Schiffer, Naomi Campbell en Linda Evangelista definitief voorbij is. „Er is nu een ander klimaat. De meeste modellen zoeken nu en hebben een korte hoofdhaarbehaaietatum.” Natuurlijk, Simons weet dat ze zo nu en dan nieuwe gezichten moet presenteren, maar ze wil het maximale halen uit haar meisjes. In die tijd



zeven keer

zijn internationaal populair

Werken als model, wat verdient dat?

► Advertenties en concurrentiecontracten leveren het meeste geld op. Hoe populairder het model, hoe hoger haar dagloon voor advertenties.

► In 2008 sloot de Friese Douchen Kroes een miljoenencontract met L'Oréal, het maakte hjar tot het best betaalde Nederlandse model tot nu toe.

► Modereportages in bladen (enfin) vaak betalen wel nog tot niets, maar zijn belangrijk voor het opdoen van exposure. Dat geldt ook voor het lopen van shows waarvan de vertelkosten sterk uiteenlopen: van 500 tot 6.000 euro per show. Talloze shows betalen het best.

► Nadeel van de shows is dat ze twee keer per jaar zijn, voordat is dat ze besocht worden door alle belangrijke hoofdredacteurs. Modellen die na drie jaar nog gevraagd worden, verdienen veel meer dan beginners.

► Een modiebureau vangt altijd een percentage (10 procent) van de opbrengst. Een model dat via het Nederlandse modiebureau wordt betaald zal 20 procent, het bureau in Frankrijk krijgt soms wel 30 procent op - wat te maken heeft met de hoge sociale lasten.

zandig. Nimuë Smit is nu voor de tweede keer uitvoerig in de Italiaanse figuur te bewonderen. In alle modieglossy's die er toe doen staat nu haar eerste grote reclamecampagne, voor Prada's zomercollectie. Ze poseert voor een advertentie van de Britse Topshop en een Burberry-campagne.

Als Nimuë Smit niet als een model kloek door Simons en van Willeman wordt bewaakt, dan zou ze om twee aan het werk zijn. Simons, een model weet niet. Wij hebben gezocht in de modellenwereld en weten wat er op mijn was speelt om een topmodel te kunnen lanceren. Nu doet ze alles opdrachten die belangrijk zijn voor haar carrière.”

Bang dat nieuwe meisjes Smit doen vergeten, is modiebureau Maat Simons niet. „Er zijn nog veel fotosessies te maken, maar die ontbrenen het speciale modelinstinct van Smit omdat maken met de camera en iets bewegen.”

De shows met de nieuwe mode voor komende winter, waarvan Nimuë Smit er ruim veertig liep onder meer Chanel, Louis Vuitton, Lanvin en Prada, zijn inmiddels voorbij.

Smit is druk met het inkleden van schoolopdrachten. „Door mijn modelwerk lever ik in op elk gebied, op cijfers en op vrienden. Mijn leven is anders, veelal drukker, gewelder”, zegt Smit lachend, die gewoonlijk wil gaan studeren. Van een carrière als model heeft ze nooit een seconde gedroomd. Ze had geen idee dat ze alles had om het te maken. Het kwam haar onverwacht aanvaaien.

Met modelwerk bezak Smit, al is het complex anders dan ze zich had voorgesteld. „Ik kende het modelbestaan van tv-programma's. Zo gaat het dus helemaal niet.” Smit doet vooral op Nederland's Next Top Model, waarna aankomende modellen in een razend tempo worden klaargevoerd en de reedsde opdrachten moeten uitvoeren. Smit heeft geen haast. Met Code Management en haar bureau in Milaan, Parijs en New York heeft ze afgesproken dat ze eerst haar school afmaakt. „Het heb ik altijd vanaf het begin gezegd. Ik ben ook blij dat ze daar rekening mee houden.” Striker nog, zegt Smit, „als ze dit niet zouden doen, zou ik er misschien juist achter komen.”