

# WROUW



■ Volgens de KWF Kankerbestrijding is het niet langer nodig dat vrouwen zelfonderzoek doen. FOTO: JOHANNES DALHUIJSEN

## Borstonderzoek toch waardevol

door JOLANDA JANSSEN

AMSTERDAM – „Ik blijf het toch doen!” reageerden Telegraaf-lezresses massaal na de berichtgeving afgelopen week-einde van KWF Kankerbestrijding dat zelfonderzoek van de borsten eigenlijk geen zin heeft. „Dankzij zelfonderzoek ben ik nog in leven. Anders waren operatie, chemo en bestraling te laat geweest en had mijn jonge gezin verder moeten gaan zonder mij”, aldus een van de schrijfsters.

„Mijn tante en een kennisje zijn vorig jaar aan borstkanker geopereerd en mijn overgrootmoeder is eraan overleden. Ik ben me dus echt wel bewust van de noodzaak van goede controles”, schrijft een andere lezeres. „Mijn moeder staat al jaren onder controle. Toch voelde zij op een gegeven moment een bobbel. Deze was niet te zien op de röntgenfoto. Ik ben blij dat zij aan zelfcontrole deed. Dus dames, blijf voelen!” adviseert Susan uit Tiel.

Yildiz Venekamp, schrijfster van het vorige week verschenen boek 'Een nieuw decolleté': „Zonder zelfonderzoek was mijn kans op leven en kinderen behoorlijk kleiner geweest. In 2006 stond ik als 35-jarige onder de douche en voelde ik een knobbelletje. Het bleek een agressieve vorm van borstkanker, waarbij mijn hele borst eraf moest. Omdat ik een chemokuur kreeg, moest ik ook beslissen of ik een bevrucht eitje wilde laten invriezen. Ik heb nog een jaar een hormoonkuur te gaan en dan wil ik proberen het eitje terug te laten plaatsen. Dit is misschien wel mijn enige kans om moeder te worden!”

KWF Kankerbestrijding begrijpt dat we moeite hebben met het bericht dat uit internationaal onderzoek is gebleken dat zelfonderzoek geen effect heeft op het aantal sterfgevallen van vrouwen door borstkanker. Tientallen jaren lang werd het gecommuniceerd: je moet iedere maand, vijf tot zeven dagen na de laatste menstruatie, je borsten en oksels liggend met een kussen onder je schouder of staand voor de spiegel onderzoeken. „Dat zit er bij de mensen goed in”, beamt de woordvoester van KWF Kankerbestrijding. „Maar het is niet nodig. De wetenschap ontwikkelt zich, daarbij moeten we ons aansluiten. Je moet wel je eigen lichaam kennen en blijven letten op veranderingen. Alleen niet zo heel gestructureerd. De meeste knobbelletjes worden bij toeval ontdekt, onder de douche, door de partner.”

Net als bij KWF kwamen ook bij de Borstkanker Vereniging Nederland (BVN) veel vragen binnen van vrouwen die zich afvroegen wat ze dan moeten. „Ons standpunt is al in 2006 gewijzigd ten opzichte van zelfonderzoek. Er bleek toen al dat het geen wetenschappelijke méérwaarde heeft. Maar in realiteit is het voor veel vrouwen heel waardevol. Veel van onze leden zeggen dat ze het daardoor hebben ontdekt. Daarom hebben we er ook weinig ruchtbaarheid aan gegeven”, aldus BVN-directeur Nicole de Koning.

## OPROEP



## SPOREN VAN STRESS OF VERVELING

Kortere files, een uitgestorven kantoor en computers die uitstaan. Het is vakantie en dat is ook op het werk duidelijk te merken. Misschien zit je uren met je vingers op je bureaublad te trommelen en vraag je je af hoe je die komkommertijd door gaat komen. Of word je juist bedolven onder het werk omdat de taken van je vakantievierende collega's op jouw bordje geschoven worden.

Hoe ziet jouw bureau eruit tijdens de vakantieperiode? Kun je nauwelijks over de stapels papier heen kijken of is je werkplek nog nooit zo opgeruimd geweest? Mail (lieft met een foto) naar vrouwactie@telegraaf.nl.

## Onze jeansmerken razend populair

ZO'N 95 PROCENT van de Nederlanders draagt wel eens jeans, schreven we begin deze week in de krant. Jong, oud, man of vrouw, vrijwel iedereen heeft wel een spijkerbroek in de kast. Maar Nederlanders zijn niet alleen verzot op de blauwe stof, ons land is ook een creatief broeinest voor denim.

# HOLLANDSE BLAUWDRIJK

Na de hoos van Italiaanse (Replay, Miss Sixty, Adriano Goldschmied), Zweedse (Cheap Monday, Acne Jeans) en Amerikaanse (Seven, Paige Premium Denim, Citizens Of Humanity) merken timmeren nu de Nederlandse jeansmerken aan de weg.



■ De grootste inspiratie voor de huidige Blue Blood collectie is de 'celebration' van klassieke stijl en ouderwets ambacht. FOTO: PETER STIGTER



■ Flares, broeken met uitlopende pijpen, zijn een succes bij Diesel. FOTO: DIESEL

Het Nederlandse G-star scoort al seizoenenlang internationaal goed. Ze openen wereldwijd eigen winkels en erdaags gaan er ook G-star winkels in eigen land open. Denham, van jeanskenner Jason Denham, is een nieuw merk waar denimliefhebbers tot ver over de grens likkebaardend naar kijken. In het verleden maakte Jason jeans voor de rockband U2, Pepe Jeans en later ook voor het Nederlandse Blue Blood. „Er zijn inderdaad al veel mooie spijkerbroekenmerken, maar er is nog ruimte voor een echt goede jeans waar je kippenvet van krijgt”, zegt de expert. „Bijzonder aan mijn creaties zijn de details, de wassingen en de puurheid van de spijkerbroek. Veel jeansmakers weten niet wanneer ze moeten stoppen. Ik vergelijk het met koken: stop je te veel ingrediënten in een gerecht dan smaakt het niet meer. Datzelfde geldt ook voor jeans.”

### Inspireren

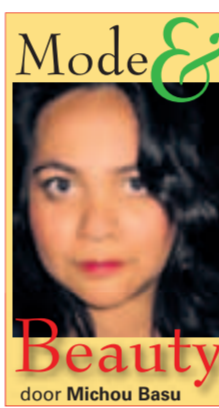
Voor zijn eerste collectie heeft hij zich laten inspireren door oude modellen. „Ik ben een verzamelaar van vintage jeans. Door oud te combineren met modern design heb ik er mijn eigen cleane draai aan gegeven. Het logo bestaat uit een schaarretje dat ik al heb sinds mijn zeventiende. Ik knipte er mijn eerste jeans mee.” Denham is, zoals je mag verwachten van een merk dat veel aandacht voor de stof, de wassingen en de afwerking heeft, niet goedkoop. Prijzen variëren van 139 tot 350 euro. Pas vanaf december is de eerste collectie in een select aantal winkels te koop.

„We hebben een paar moeilijke seizoenen gehad, maar nu zijn we weer op orde om de wereld te overerven”, zegt James Veenhoff van het Nederlandse denimlabel Blue Blood. „We hebben ontwerper Erik Frenken aangehouden die eerder het designteam van Viktor & Rolf versterkte en Francisco van Benthom (die ook zijn eigen mannenlabel heeft) leverde



■ Een mix van vintage en modern van het nieuwe merk Denham. FOTO: DENHAM

„Ik vergelijk jeans ontwerpen met koken: stop je te veel ingrediënten in een gerecht dan smaakt het niet meer”



door Michou Basu

eenmalig een bijdrage aan de collectie die we zaterdag tijdens de Amsterdam Fashion Week showen.” Voorafgaand aan de show gaat de nieuwe winkel in de Amsterdamse Prinsstraat open met louter jeans van het merk. „De wintercollectie bestaat uit jeans gemaakt van het Japanse Selvedge denimstof. Als je echt van denim houdt, kun je hier niet omheen. Ja, je betaalt er wel voor, broeken zijn er vanaf 189 euro, maar dan heb je echt iets bijzonders.” Glenn Balak van het Italiaanse merk Diesel (dat wordt ontworpen door een Nederlander): „De tendens in de jeanswereld is dat de liefhebbers of kiezen voor betaalbare jeans, of juist naar de luxe denims - zogenaamde premium denim - grijpen. Door die trend zijn er meer en meer nichemerken die exclusieve jeans lanceren.”

Het Duitse label 3-Shades bestaat slechts zes maanden en is nu al een succes. Vooral in Doebai en Moskou is het merk niet aan te slepen. In Nederland is het pas vanaf augustus te verkrijgen bij de winkels Oger en Hans van Dijk. Opvallend aan de broeken zijn de gouden details. Zo is elk model met 24-karaats gouddraad gestikt en voorzien van een gouden plaatje. Niet goedkoop natuurlijk: voor 299 euro heb je 'm in huis.

■ Uitiemste luxe: spijkerbroeken van 3-Shades met gouddraad. FOTO: 3-SHADES

■ Skinny jeans van G-Star: nog steeds een hit. FOTO: G-STAR

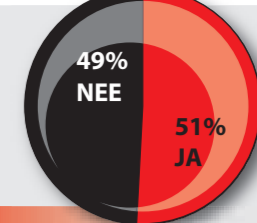
■ Denim Award. Eric LeBon is de winnaar van de eerste Amsterdam Denim Award. Tijdens het mode-evenement Off Schedule in de poptempel Paradiso in Amsterdam werd de Fransman in het zonnetje gezet. „Wow”, zei de verbouwerde ontwerper na afloop „dit is een leuk begin van mijn carrière.”

lees op telegraaf.nl/vrouw

- Overgewicht ontstaat niet door gebrek aan beweging
- Spijt van je tatoeage?
- Meer seksavontuurtjes in de zomer

### Uitslag Mening van de dag:

„De oppas van mijn kinderen mag mooier zijn dan ik”



### STEM MEE:

„Ik ga nooit meer op vakantie in Nederland”  
Ga naar www.telegraaf.nl/vrouw

## Het water op

Hij stopte met werken. Hij kocht zich een boot. Daar kon hij al jaren van dromen: „Een boot. Ik word schipper. Ik ga eropuit. Een probleem om de tijd door te komen? Ik niet. Ik ga varen. Ik krijg tijd tekort. Ik ga eropuit met mijn schuit. Waarheen? Nou wat denk je? Het water op he?”

Hij richtte zijn blik ver vooruit. Hij maakte al plannen voor jaren nadien. Hij zou de rivieren afvaren en eindelijk zou hij de landen gaan zien waaraan hij niet toe was gekomen. 't Was al-



Marianne Janssen

tijd maar Frankrijk... Niets mis mee misschien, maar dat land had hij nu wel gehad. Hij wendde zijn steven. Hij deed ook niet klein. Hij begon met de roerige Rijn.

Hij bereidde zich voor in zijn huislijk kantoor. Zat er uren vooraf te studeren. Hij leerde de havens, de kaart bij de hand, bestudeerde de taal van het water. „Wanneer ga je nou weg?” vroegen vrienden hem soms. Dan wuifde hij vaag: „Dat komt later.”

Het werd later en later. De boot lag niet droog, hij bevoerde soms het water nabij, want dat hield de boot nat. Hij kon elk moment gaan. „Op die dag wil ik geen mankementen.” Zo was het. Hij ging! Wie soms plagend hem zei dat die Rijnreis er nooit van zou komen, diende hij van repliek want die reis die ging door. Hij bereidde zich enkel maar voor: „Je weet hoe ik ben. Ik wil dan pas op pad of het water op in dit geval, als ik weet wat mij wacht, opdat niet onverwacht ik met narigheid thuiskomen zal.”

Hij voer weer uit, een korte tocht. Maar hij zou binnenkort gaan vertrekken. En toen zag hij zijn vrienden. Ze waren te vroeg. Was er niemand die wist dat zijn dag niet vandaag was gekomen? Hij riep. Maar ze leken wel doof voor zijn stem. „Rustig maar”, zei er een zacht. „We vonden je boot. Vreesden even je dood. Maar je bent er nog. Blijf nu nog even.”

Hij knikte. Ze hielden hem vast aan zijn hand. Een slang hield zijn lichaam in leven. „Ik vaar naar de Rijn”, gaf hij moeizaam terug. Zou die reis er nu ooit nog van komen? Of bleef het de reis die hij nooit had gemaakt maar waarvan hij slechts had kunnen dromen? Hij voer weg met zijn boot, naar de horizon toe. Hij had immers afscheid genomen.

## Autovakantie TEXEL

Nergens voordeliger!



3-/4-/5-/8-daagse autovakantie Nederland

3 dagen vanaf **89** o.b.v. 2 personen

Heerlijk genieten op dit prachtige waddeneiland!

Wilt u heerlijk en supervoerdig genieten van het prachtige eiland Texel? KRAS.NL selecteerde voor u het 3-sterren Sandton Hotel de Cooghen in het pittoreske dorpje De Koog. U verblijft hier al 3 dagen vanaf slechts € 89! Waarom nog wachten, profiteer nu van deze TOPaanbieding en boek deze reis via KRAS.NL!

**TEXEL**  
U verblijft in het plaatsje De Koog vlakbij de duinen en het strand. Hier vindt u leuke winkeltjes, cafeetjes, restaurants en historische pandjes. U kunt heerlijk wandelen door dit gezellige centrum. Een aanrader is een bezoek aan Ecomare, dit is o.a. een zeehondenopvangcentrum. Heerlijk wandelen kan door het unieke gebied de Slufter. U vindt hier diverse vogelsoorten en unieke vegetatie. Ook één van de 7 pittoreske dorpen (inclusief De Koog) zijn een bezoek waard. Genoeg te doen dus!

**SANDTONE HOTEL DE COOGHEN**  
Dit 3-sterren hotel ligt in het centrum van De Koog, op slechts enkele minuten van de duinen en het strand. Het hotel beschikt o.a. over een lobby, lift, restaurant en wellnessfaciliteiten (tegen betaling).

INCLUSIEF: verblijf in Sandton Hotel de Cooghen met ontbijt.

Aankomstdata:	ma.	wo.	vr.	za.	van 1/8 t/m 31/10.
3 dagen	4 dagen	5 dagen	8 dagen		
Augustus v.a. € 99	v.a. € 149	v.a. € 199	v.a. € 345		
September v.a. € 99	v.a. € 125	v.a. € 149			
Oktober v.a. € 89	v.a. € 119	v.a. € 139			

Prijzen zijn p.p., o.b.v. 2 personen. Reserveringskosten € 17,50 per boeking (verplicht).  
Zie www.kras.nl/17597

**KRAS.NL**  
waarom zou je verder zoeken

**BOEK ONLINE**  
of bel 0900 - 9697 15 cpm