

1 Wirtschafts  Blatt
deluxe



Die
Hollywood-
Heldin

Oscar-Preisträgerin, Mutter
und Stilikone Julianne Moore
im Exklusiv-Interview

Roger Federer



Er hat schon heute mehr erreicht als die meisten Menschen in ihrem ganzen Leben. Er hat mehr Grand-Slam®-Titel als jeder andere gewonnen, war länger die Nummer 1 als alle anderen und hat sich seinen Platz gesichert unter den größten Tennisspielern aller Zeiten. Und er hat ein Ziel erreicht, das ihm sehr am Herzen liegt: Hunderttausenden unterprivilegierten Kindern im südlichen Afrika ermöglicht er eine gute Bildung. Doch egal welcher Herausforderung er sich stellt, seine Rolex ist immer dabei. Sie erinnert ihn an große Momente in der Vergangenheit und weckt Vorfreude auf zukünftige Erfolge.



THERME SPA HOTEL
LINSBERG ASIA

WOHLFÜHLMOMENTE im Hotel & Spa Linsberg Asia****S

Nur 40 Minuten südlich von Wien gelegen
erleben Sie die Wohlfühlwelt der Therme Linsberg Asia.



PREMIUM SPA & DINE

- * 2/3 Nächte im Doppelzimmer inkl. HP
- * 1x 4-Gang Candle Light Dinner
- * -10% Ermäßigung auf eine Spa Behandlung Ihrer Wahl
- * Therme, Sauna & Hotel Spa

2 Nächte ab € 251,00 pro Person

KLEINE AUSZEIT

- * 1x Ganztages-Thermeneintritt (Mo - Fr)
- * 1x Linsberg Asia Individualmassage (25min)
- * Teilnahme am tagesaktuellen Bewegungs- & Entspannungsangebot

nur € 57,00 pro Person

Weitere Angebote für Hotel & Therme
finden Sie auf www.linsbergasia.at



With its statement Saturday, the association of clerics came down squarely on the side of the reformist movement. The group had earlier asked for the election to be nullified because so many Iranians objected to the results, but it never directly challenged the legitimacy of the government and, by extension, the movement's leader.

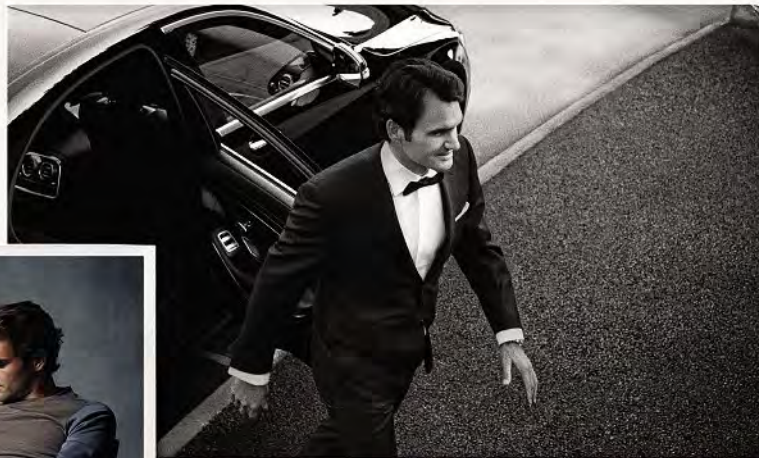
Roger Federer after winning the 30th game of the fifth set Sunday to win the Wimbledon title.

Federer makes history

TENNIS LONDON

ther than any fifth set has stretched in a Grand Slam singles

Er hat schon heute mehr erreicht
als die meisten Menschen in ihrem ganzen Leben.
Er hat mehr Grand-Slam®-Titel als jeder andere gewonnen,
war länger die Nummer 1 als alle anderen
und hat sich seinen Platz gesichert
unter den größten Tennisspielern aller Zeiten.
Und er hat ein Ziel erreicht, das ihm sehr am Herzen liegt:
Hunderttausenden unterprivilegierten Kindern
im südlichen Afrika ermöglicht er eine gute Bildung.
Doch egal welcher Herausforderung
er sich stellt, seine Rolex ist immer dabei.
Sie erinnert ihn an große Momente in der Vergangenheit
und weckt Vorfreude auf zukünftige Erfolge.



ROLEX

EINEN OFFIZIELLEN ROLEX FACHHÄNDLER IN IHRER NÄHE FINDEN SIE UNTER ROLEX.COM



ROLEX

EINEN OFFIZIELLEN ROLEX FACHHÄNDLER IN IHRER NÄHE FINDEN SIE UNTER [ROLEX.COM](https://www.rolex.com)

TESTFAHRTEN & EVENTS 2015

ERLEBEN SIE MASERATI – BEI KEUSCH-PREMIUM

23.05. – 24.05.2015 MASERATI TROFEO – RED BULL RING
VIP- PACKAGE AM RENNWOCHENENDE MIT TEST DRIVES DER AKTUELLEN MASERATI-MODELLE RUND UM DEN RED BULL RING, SOWIE PADDOCK ZUGANG UND DINNER.

03.06.2015 PREMIUM DRIVER GOLF TROPHY – HIMBERG
PRÄSENTATION DER AKTUELLEN MASERATI – PRODUKTPALETTE INKLUSIVE FOTOSERVICE UND DINNER IM RAHMEN UNSERS GOLFTURNIERS

13.06. – 14.06.2015 MASERATI SOMMERTOUR
BEGLEITETE TEST DRIVES MIT DER AKTUELLEN MASERATI – PRODUKTPALETTE UND INSTRUKTOREN, SOWIE KULINARISCHEN HIGHLIGHTS AUS ITALIEN

15.07. – 18.07.2015 MASERATI @ ENNSTAL CLASSIC
NÜTZEN SIE DIE GELEGENHEIT AUF EINEN GHIBLI TEST DRIVE IM RAHMEN UNSERER PRÄSENZ BEI DER ENNSTAL CLASSIC 2015

INFOS UND VORANMELDUNG FÜR ALLE EVENTS UNTER

WWW.KEUSCH.COM/MASERATI-ERLEBEN

BESUCHEN SIE UNS AUCH IN UNSEREM MASERATI-ATELIER
WIR FREUEN UNS AUF IHREN ANRUF!

KEUSCH PREMIUM
DAS AUTOHAUS

HELGOLANDGASSE 13-15 / A-1200 WIEN / TEL.: +43 699 15 33 55 01
EMAIL: CHRISTIAN.LAMPRECHT@KEUSCH.COM / WWW.MASERATI-WIEN.AT

MASERATI GHIBLI.
AB MONATLICH 499,-€*.



JETZT AUCH MIT DEM INTELLIGENTEN ALLRADSYSTEM .
INKL. 3 JAHRE HERSTELLERGARANTIE.

* MASERATI GHIBLI DIESEL 3.0 V6 275 PS, UNVERBINDLICHE PREISEMPFEHLUNG 75.891,56€
LAUFZEIT 36 MONATE, FAHRLEISTUNG PRO JAHR 20.000 KM, BZPREIS: 73.615,-€, ANZAHLUNG 22.085,-€, RESTWERT 37.310,-€,
GESAMTKREDITBETRAG 74.002,-€, GEBÜHREN INKL. STAATL. VERTRAGSGEBÜHR 1.758,-€, SOLLZINSSATZ FIX 1,65%,
EFF. JAHRESZINS 3,12%, FGA RATENSCHUTZ ABLEBEN (OPTIONAL) 387,-€, GESAMTBETRAG 78.005,-€, VORAUSSETZUNG:
BANKÜBLICHE BONITÄTSKRITERIEN, WOHNSITZ/BESCHÄFTIGUNG IN ÖSTERREICH. ANGEBOT DER FGA LEASING GMBH, GÜLTIG BIS 30.6.2015.

KRAFTSTOFFVERBRAUCH: KOMBINIERT 10,5-5,9 L/100 KM
CO₂-EMISSION: KOMBINIERT 246-158 G/KM - EFFIZIENZKLASSE G-B, ERMITTELT NACH EG-RICHTLINIE 1999/94/EG

AUF DICH KANN ICH ZÄHLEN...

DIE (UNVER)WECHSELBARE AMOHRE KOLLEKTION VON KÖCK



VON KÖCK®

Wien, Am Graben 22
+43 1 532 08 88
www.vonkoeck.at



Wie sagt man **KUSS** auf Italienisch?
[bacio]

Inklusive
Flug ab
Österreich

Bezaubernde Kleine Antillen und Karibik

mit der Costa Magica

14 Tage Kreuzfahrt ab Santo Domingo oder ab Tobago inkl. Flug

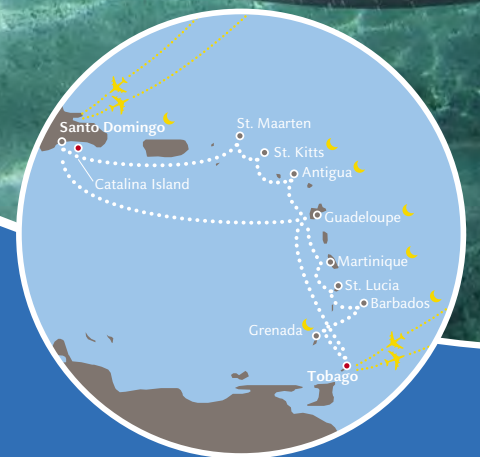
15. Dezember 2015 - 16. Februar 2016

Frühbucher Extra Preis* ab € **2.059** p.P. zzgl. Serviceentgelt*

Beratung und Buchung im Reisebüro

www.costakreuzfahrten.at

Mo - So 0 - 24 Uhr, Tel. 0732/239 239





ALEXANDER PFEFFER
CHEFREDAKTEUR WIRTSCHAFTSBLATT deluxe

SAGT IHREN NORMCORREKTURS?
WISSEN SIE, WAS DER
PALEO-LIFESTYLE IST?

UND WAS HÄLTEN SIE VON WEARSTYLES?
FALLS SIE ZU AUßEREN FRAGEN
NUR MIT DER AUGEN ZOCKEN
KÖNNEN, DANN SIND SIE IN BESTEN
GESellschaft, GEMÄß GEMOMMEN IN
DER VON KARL LAGERFELD). UND DER
AUTOR NILS BINNBERG HAT NÄMLICH
DEN MODE SCHÖPFER SINZIM TRINI-QUIZ
UNTER ZOGEN. WIE LAGERFELD SICH
IM SINDES SCULOG, LESSEN SIE AUF
SEITE 50.

JULIANNE MOORE IST EINER DER BESTEN
 IHRES FACHS. DAS WUSSTEN WIR BEREITS
 VON DER OSCAR-VERLEIHUNG UND TRAFEN
 SIE KURZ ZUVOR IN LONDON 2014 EXKLU-
 SIV INTERVIEW. DASS DIE PRÄSTANTGÄRIN
 NUN DAU EINER TOLLEN GESPRÄCHS-
 PARTNERIN IST, ERFAHREN SIE
 AB SEITE 32. EINER INTERESSANTEN
 AUSGABE WÜNSCHT IHNSAM IHR
 ALEXANDER PEFFER

P.S: VORFRAGEN UNS
 ÜBER EINEN "EUROPEAN
 NEWSPAPER AWARD"
 FÜR VORBILDICHES
 KONZEPT UND DESIGN.



Ausgezeichnetes Magazin.
 WirtschaftsBlatt deluxe kann auf den
 „European Newspaper Award“ stolz sein.

Ihr Zuhause im Urlaub.



FALKENSTEINER

*Residences
Senia*

PREMIUM LIVING
Real Estate by Falkensteiner



FERIENIMMOBILIEN IM EIGENTUM MIT 5* HOTELSERVICE FÜR GENIESSER

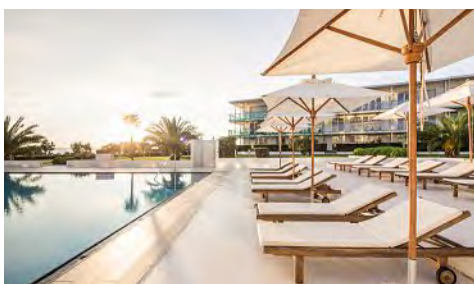
PREMIUM LIVING BY FALKENSTEINER®

- Benutzung der Acquapura SPA Wellnesswelt
- 360° Rundum-Service
- Residences Manager
- Auf Wunsch Appartementreinigung
- Verschiedene Sportmöglichkeiten
- Falkyland für Kinder
- Verschiedene kulinarische Angebote
- Auf Wunsch attraktive Renditemodelle & Weitervermietung



KROATIEN

○ Punta Skala / Zadar



INFORMATION:

sales@fmtg.com

Tel. +43/(0)1/605 40-78

www.punta-skala.com

FMTG Development GmbH, Columbusplatz 7 - 8, A-1100
Wien, Firmenbuch: HG Wien, FN 220074 p, Firmensitz: Wien



DELUXE STELLT VOR



Franzobel

Sein Debüt als Gastautor gab Franzobel in der März-Ausgabe, jetzt feiert der oberösterreichische Schriftsteller seine Premiere als WirtschaftsBlatt-deluxe-Kolumnist. Und in dieser Rolle wird uns der Bachmann-Preisträger

auch das ganze Jahr über begleiten. „Typisch Frau“ heißt jedenfalls seine Einstiegs-kolumne. Diese steckt voller Klischees und Vorurteile und ist gleichzeitig klug, pointiert und lesenswert (Seite 20).

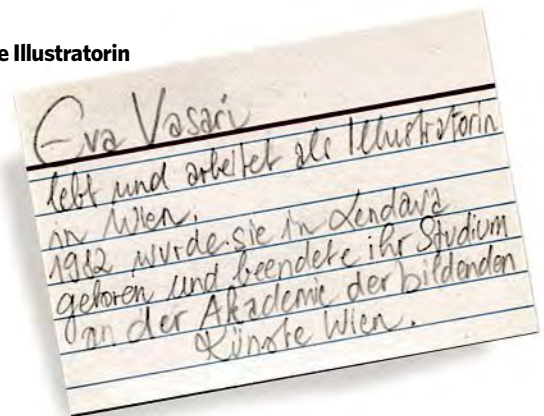


Nils Binnberg

Als unser Autor Nils Binnberg Modeschöpfer Karl Lagerfeld für das Interview in dieser Ausgabe bei einem Shooting in Paris besuchte, war es bereits sein drittes Treffen mit dem Designer. Statt über Chanel, Choupette oder Cara

Delevingne zu sprechen, schlug er Lagerfeld diesmal ein Trend-Quiz vor - von Athleisure Wear bis Normcore. Lagerfeld reagierte zunächst mit Achselzucken. Wie er sich am Ende schlug, lesen Sie auf Seite 50.

Unsere Illustratorin



deluxe-iPad-Edition zum Download:



Gewinnspiel >

Wir verlosen drei Fanpakete zum DVD- und Blu-ray-Release von „Die Tribute von Panem Mockingjay Teil 1“. Eine der Darstellerinnen ist übrigens unser Cover-Star Julianne Moore.

FOPE

EKA COLLECTION.
FOPE.COM    

N

NEUWIRTH

Ursula Neuwirth
Goldschmiedemeisterin A 1150 Wien
Hütteldorfer Straße 68
+43 | 7862937 office@neuwirth.co.at
www.neuwirth.co.at

MEHR ALS EIS

Mehr als ein Abenteuer: Spektakuläre Landschaften, intensive Tierbeobachtungen, große Expeditionsmomente – die Antarktis erwartet Sie zur Reise Ihres Lebens.



Hapag-Lloyd
Kreuzfahrten

Weitere Informationen erhalten Sie in Ihrem Reisebüro,
unter 0800 225555 (gebührenfrei) und [f /hl.kreuzfahrten](https://www.facebook.com/hl.kreuzfahrten)

www.mehr-als-eis.at



40



18



26

24



18 Songs zum Sehen

Kann man einen Popsong an die Wand hängen? Wenn es nach Klaus Biesenbach geht, dann schon: Der MoMA-Kurator hat Sängerin Björk zu einer Ausstellung überredet.

20 Typisch Frau

Premiere mit Klischees: Unser neuer Autor Franzobel spielt mit Vorurteilen und hofft, dass seine bessere Hälfte diese Kolumne nie zu lesen bekommt.

22 Die neue Mitte

Nicht winzig, nicht riesig, sondern genau richtig: Mid-Size-Uhren sind gerade groß im Kommen. Hier ein kleiner Überblick über die neuen Modelle – von Cartier bis IWC.

24 Frühling im Flakon

Wir freuen uns schon auf die Sonne, doch diesen Sprühregen genießen wir. Ein olfaktorischer Frühlingsgruß aus Maiglöckchen, Pfingstrose und Veilchen.

26 Fransen für den Frieden

Dackelkragen, Pjõngjang-Style und androgyne Looks: So können Sie im Sommer auf die Straße gehen, wenn es nach den Designern geht. Eine Anleitung in sieben Kapiteln.

32 „Die Zuseher merken, wenn man sie belügt.“

Julianne Moore hat für ihre Rolle in „Still Alice“ den Oscar bekommen. Tage zuvor gab sie uns noch ein Interview. Wir sprachen mit ihr über Mode, Erotik und die wahre Schönheit.

40 Sie ziehen Stars an

Wer führt bei den Outfits von Stars wie Scarlett Johansson, Emma Watson und Elisabeth Moss Regie? Diese sieben Stylistinnen kleiden die wichtigsten Frauen Hollywoods ein.

Schmuckstücke in Gold 750 mit Brillanten - www.palido.com

JOY
BEKENNTNISBRINGE



✦
PALIDO
FINE JEWELS



56

44



44 Die neuen Mode-Metropolen

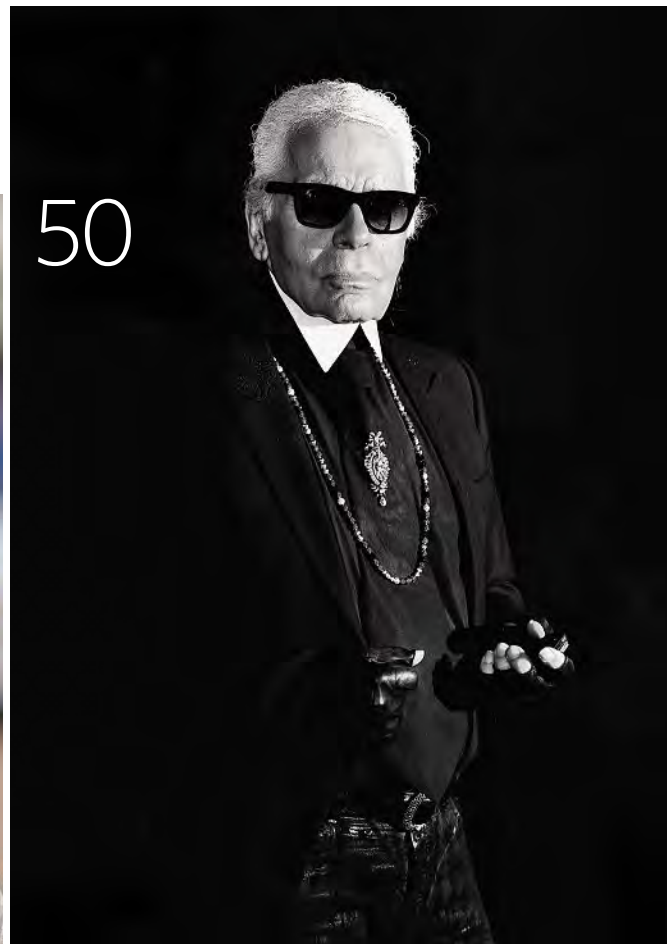
Wohin zieht es in Sydney, São Paulo und Seoul Designer, Models und Reporter abseits der Laufstege? Wir haben bei Experten nachgefragt.

50 Karl, der Trendscout

Karl Lagerfeld designt nicht nur Mode, sondern setzt auch Trends. Doch kennt er die neuesten? Ein Quiz.

56 Million Dollar Bambi

Chiara Ferragni hat aus ihrem Blog ein Unternehmen gemacht und aus sich selbst eine Marke. Den Modelabels ist das viel Geld wert.



50



58

58 Eine Wohnung wie aus der „Vogue“

Franca Sozzani, Chefredakteurin der italienischen „Vogue“, hat in Zürich eine Musterwohnung eingerichtet. Ein Rundgang.

62 Wellness-ABC

Aromatherapien, Thai-Massagen und Schönheitsrituale. Ein Leitfaden durch das Wohlfühluniversum.

66 Brasserie Chanel

Das französische Modelabel hat die Herbst/Winter-Kollektion 15/16 im Flair einer typisch französischen Brasserie inszeniert.

WirtschaftsBlatt deluxe Medieneigentümer, Herausgeber, Verleger WirtschaftsBlatt Medien GmbH, Anschrift: Hainburger Straße 33, 1030 Wien, Telefon: 01/60 117-0, **Redaktion** Dw 306, Fax 259, Geschäftsführung: Mag. Herwig Langanger, Dr. Rudolf Schwarz, Chefredakteur Eva Komarek, Gerhard Hofer, Redaktion Alexander Pfeffer (Leitung), Yasmin El Mohandes, Mag. Christoph Pridun, **Anzeigen** Projekt- und Anzeigenleitung: Verena Fritz, Telefon: 01/514 14-258, Mailadresse: deluxe@wirtschaftsblatt.at (Anzeigenabteilung), Druckunterlagenübermittlung: anzprod@wirtschaftsblatt.at, **Produktion** Leitung: Ing. Matthias Netopilek, Art-Direction: Matthias Eberhart, Fotoredaktion: Yasmin El Mohandes, Bildbearbeitung: Christian Stutzig, Hersteller: Neografia a.s., Škultétyho 1, 036 55 Martin, Slowakei, Tel: +421 434 201 243, Fax: Dw 712, repro@neografia.sk, www.neografia.sk, **Web** wirtschaftsblatt.at, Bankverbindung BA-CA IBAN: AT501100009494402200, BIC: BKAUATWW. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten. Gerichtsstand ist Wien. Das WirtschaftsBlatt deluxe erscheint achtmal im Jahr mit der Freitagsausgabe des WirtschaftsBlatts. Offenlegung gem. § 25 Medieng. <http://www.wirtschaftsblatt.at/impresum>

Fotos: Michele Limina, Assouline, Getty Images (2)

Nächste Ausgabe: Freitag, 8. 5. 2015



ROZET & FISCHMEISTER

KAMMERJUWELIERE GEGR. 1770



Solitär aus Weißgold mit 2,3 karätigem Diamanten im Polsterschliff, umgeben von einem funkelnden und filigranen Brillant-Pavé.

„Yes I do“

ROZET & FISCHMEISTER, DAS TRADITIONSHAUS AM KOHLMARKT UND EHEMALIGER K.U.K. HOFLIEFERANT, GILT ALS EINE DER ERSTEN ADRESSEN IN WIEN FÜR FEINSTES TAFELSILBER, HISTORISCHEN SCHMUCK UND ZEITGENÖSSISCHE KREATIONEN.



New York

HITS FÜR DIE WAND

Kann man einen Popsong an die Wand hängen? Wenn es nach Klaus Biesenbach geht, dann schon: Der Kurator des New Yorker Museum of Modern Art hat die isländische Sängerin Björk zu diesem künstlerischen Ausflug überredet und so ganz nebenbei die erste eigene Retrospektive zu einer Popsängerin erarbeitet. Ähnliches gab es in den letzten Jahren nur von David Bowie, Sonic Youth und Kraftwerk. Doch diesmal sollte nicht nur die Geschichte einer großen Kar-

riere (20 Millionen verkaufte Platten) nachgezeichnet werden, denn das wäre ihnen zu langweilig gewesen. Und so stellten sie eine imaginäre Person in den Mittelpunkt, von der auch Björks Liedtexte handeln. „Diese Geschichte ist das Rückgrat der Retrospektive, die sieben Alben umfasst, und gibt der Ausstellung einen visuellen und musikalischen Angelpunkt. Es ist ein Experiment“ so die 49-jährige Universalkünstlerin. Eines, das noch bis 7. Juni läuft. *

TYPISCH FRAU

Unser neuer Autor **Franzobel** spielt mit Vorurteilen und hofft, dass seine bessere Hälfte diese Kolumne nie zu lesen bekommt.



„Mein Schwiegervater sagt, die Orientierungslosigkeit der Frauen sei ein sekundäres Geschlechtsmerkmal.“

Bestimmt kennen Sie die überall affichierten Zettel, mit denen verzweifelte Haustierhalter ihre entlaufenen Katzen oder entflohenen Vögel suchen. Manchmal betreffen diese Anzeigen auch Wohnmöglichkeiten oder vermisste Menschen. Was ich aber unlängst am Wiener Karmelitermarkt gesehen habe, hat mich ziemlich irritiert: „Hilfe! Ich habe hier am Soundsovielten meinen Laptop verloren. Hinweise dringend erbeten an...“

Wie bitte? Wer verliert denn seinen Laptop? Ohne groß darüber nachzudenken, war klar: So etwas passiert nur einer Frau. Ich dachte an meine bessere Hälfte. Wie oft sind wir nicht schon in kalten Winternächten vor dem Haustor fast erfroren, weil sie den Schlüssel, den ich ihr unvorsichtigerweise anvertraut hatte, nicht mehr fand. Böse Zungen behaupten ja, die Handtasche einer Frau sei wie das Bermudadreieck – alles geht darin verloren. Und wie oft hat sich nicht das Weggehen verzögert, weil sie ihr Handy, ihre Geldbörse, den Lippenstift oder sonst etwas Lebensnotwendiges nicht mehr fand.

Frauen sind großartig. Aber anders. Mein Schwiegervater sagt, ihre Orientierungslosigkeit sei ein sekundäres Geschlechtsmerkmal. Tatsächlich geht meine Frau beim Verlassen eines Gebäudes prinzipiell in die falsche Richtung. Frauen lieben Badewannen. Einkaufen macht ihnen Spaß, während es für Männer so anstrengend ist wie das Fliegen eines Düsenjets. Sie träumen von Hollywoodschaukeln, Schuhen, Blumen. Und dann noch ihre Telefonitis. Wie kann man nur stundenlang mit einer Freundin telefonieren, ohne dass einem dabei das Gehirn platzt? Frauen wollen kuscheln. Irgendwann fangen sie dabei zu reden an. Das geht so lange gut, bis sie Antworten verlangen. Und wenn es dann auch noch um Stoffmuster, Erziehungsfragen oder Gesellschaftsratsch geht, wird es problematisch.

Männer sind anders. Sie wachen mitten in der Nacht mit einer vollen Blase auf. Manche sogar mehrmals. Dafür können sie freihändig eine Glühbirne wechseln und schaffen es, die verschweißte Verpackung ihrer Rasierklingen aufzubekommen, ohne sich dabei ernsthaft zu verletzen. Nichts ist für einen Mann so schmerzhaft wie die aus der Hüfte geschossene Frage: „Wie fühlst du dich?“ Oder: „Was denkst du gerade?“ Männer wissen nicht, was sie gerade fühlen oder denken. Und wenn doch, können sie es nicht formulieren. Oder wollen es nicht. Die Wege von den Synapsen bis zum Mund führen bei Männern über unwegsame Forststraßen, bei Frauen sind es Autobahnen. Dafür haben Männer einen Orientierungssinn. Sie fragen in einer fremden Stadt nicht gleich den erstbesten Passanten nach dem Weg. Lieber gehen sie eine Stunde lang in die falsche Richtung, bevor sie sich eingestehen, nicht zu wissen, wo sie sind. Sie verlieren weniger, greifen sich allerdings auch unentwegt an die Gesäßtaschen, um festzustellen, ob noch alles da ist.

Es war also klar, den Laptop konnte nur eine Frau verloren haben. Ich weiß nicht, war es die Hoffnung des Schriftstellers auf eine gute Geschichte, wollte ich mich über jemanden lustig machen oder einfach nur wissen, wer so blöd war, seine zweite Identität liegen zu lassen, jedenfalls beschloss ich, die auf dem kopierten Blatt angegebene Nummer anzurufen.

- „Hallo. Ich rufe wegen des Laptops an.“

- „Wirklich?“

Es war – Überraschung! – eine tiefe Männerstimme. Bestimmt der Freund, der Bruder oder ein Mitbewohner? Nein, wie sich herausstellte, hatte das Notebook tatsächlich ein Mann verloren, noch dazu ein Student der technischen Physik. Der Laptop war bereits gefunden worden und ich konnte mir meine Vorurteile in die Haare schmieren, die auch schön langsam ausgehen – wenigstens dieses Klischee hat noch Gültigkeit. Jetzt kann ich nur hoffen, dass meine Frau das nicht erfährt, sonst hat sie nämlich einen Grund für sechs, acht stundenlange Telefonate, in denen es dann nur ein Mantra gibt: Typisch Mann! ★

Ferien fürs Ich

Südtirol Balance | Mai – Juni 2015



SÜDTIROL

Südtirol
Balance

Eine neue Urlaubsidee lässt dich frischen Atem schöpfen. Besondere Momente, ausgewählte Orte und Veranstaltungen bringen Wohlgefühl und Lebenslust. Südtirol Balance – vom 1. Mai bis 30. Juni 2015 in Südtirol.

www.suedtirol.info/balance

DIE NEUE MITTE

Nicht winzig, nicht riesig, sondern genau richtig: Midsize-Uhren sind groß im Kommen. Hier ein kleiner Überblick über die neuen Modelle.

01



02



03



04



01 Omega Aqua Terra Ladies Co-Axial

Diese 34-mm-Uhr in Stahl und Gold verfügt über ein Perlmuttzifferblatt und Diamantindizes. Preis: 9700 €

02 Clé de Cartier

Cartier hat heuer das komplett neue Modell „Clé“ vorgestellt. Die 35-mm-Uhr gibt es in Pinkgold mit runden Diamanten. Preis: 27.000 €

03 IWC Portofino Midsize Automatic

Der 37-mm-Zeitmesser wird in 18 Karat Rotgold und mit 66 Diamanten auf dem Gehäuse gefertigt. Preis: 17.900 €

04 Jaeger-LeCoultre Rendez-Vous

Dieses 34-mm-Modell hat eine Diamantenlunette (circa 0,69 Karat) und ein Krokoderarmband. Preis: 13.100 €



LICHT | EMOTIONEN

Moderne Architektur sucht nach Licht, das sich in einen architektonischen Rahmen einfügt und dennoch ein Maximum an Freiheit und Individualität gewährt. Professionelle Beleuchtungskonzepte lassen Licht und Raum harmonisch miteinander verschmelzen, vereinen auch Wirkung und Funktionalität, sodass am Ende eine einzigartige Atmosphäre und ein Höchstmaß an Flexibilität gegeben sind. Jedes Konzept ist unique und bestmöglich auf den Benutzer abgestimmt, denn nur so kann er sich damit ganz und gar wohl fühlen.

Internationale
Beleuchtungstrends
live erleben: Besuchen
Sie unsere Schauräume
in Wels und Wien.

MOLTO LUCE®

FRÜHLING IM FLAKON

Wir freuen uns schon auf die Sonne, doch diesen Sprühregen genießen wir. Ein olfaktorischer Frühlingsgruß aus Maiglöckchen, Pfingstrose und Veilchen.

VON YASMIN EL MOHANDES



DKNY „MYNY“

Zusammenspiel von Himbeeren,
rosa Pfeffer und Moschus. Preis: 64 €

Kenzo „Jeu d'Amour“

Fruchtig-frisch mit Granatapfel,
Blutorange und Freesien. Preis: 79 €

Francis Kurkdjian „Féminin Pluriel“

Zarte Parfümierung durch Veilchen,
Maiglöckchen und Vetiver. Preis: 135 €

Hugo Boss „Ma Vie“

Ein sanfter Duftgruß dank Kaktusblüte,
Freesie und Zedernholz. Preis: 71 €

Acqua di Parma „Rosa Nobile“

Pfingstrose küsst Veilchen und
Bergamotte. Preis: 90 €

Escada „Joyful“

Ein Bukett aus Magnolienöl, Pfingstrose
und Johannisbeere. Preis: 71 €

Viktor & Rolf „Flowerbomb“

Der Name ist Programm - mit Orchidee,
Freesie und Jasmin. Preis: 86 €



FRANSEN FÜR DEN FRIEDEN

Dackelkragen, Pjöngjang-Style
und androgyne Looks: So können
Sie im Sommer auf die Straße gehen.
Eine Anleitung in sieben Kapiteln.

VON CLARK PARKIN

Friedliche Revolution

„Make Fashion, Not War“ ist mit Filzstift auf eine Umhängetasche von Chanel gekritzelt. Es wird eine Saison der simplen, leicht verständlichen Botschaften: Die Mode beschwört die Zeit der Vietnamproteste herauf. Fast jedes Klischee der Hippie-Bewegung findet sich in aktuellen Kollektionen wieder: Strickponchos und Wildlederfransjacken bei Saint Laurent, Häkelkleider in Topflappenpatchwork bei Miu Miu. Selten interpretierte die Mode ihre Vorbilder so

originalgetreu, viele der neuen Kleidungsstücke sind kaum von echtem Vintage zu unterscheiden. Dieses Gestaltungsprinzip versucht nicht einmal, die Vergangenheit in die Gegenwart zu übersetzen oder noch eins draufzusetzen, ist aber sehr erfolgreich, wie man bei Hedi Slimane für Saint Laurent beobachten kann. Seine von Joni Mitchell und Anita Pallenberg inspirierten Chiffonkleider sind schon jetzt die Renner der Saison.

Foto: Karl Lagerfeld/Chanel



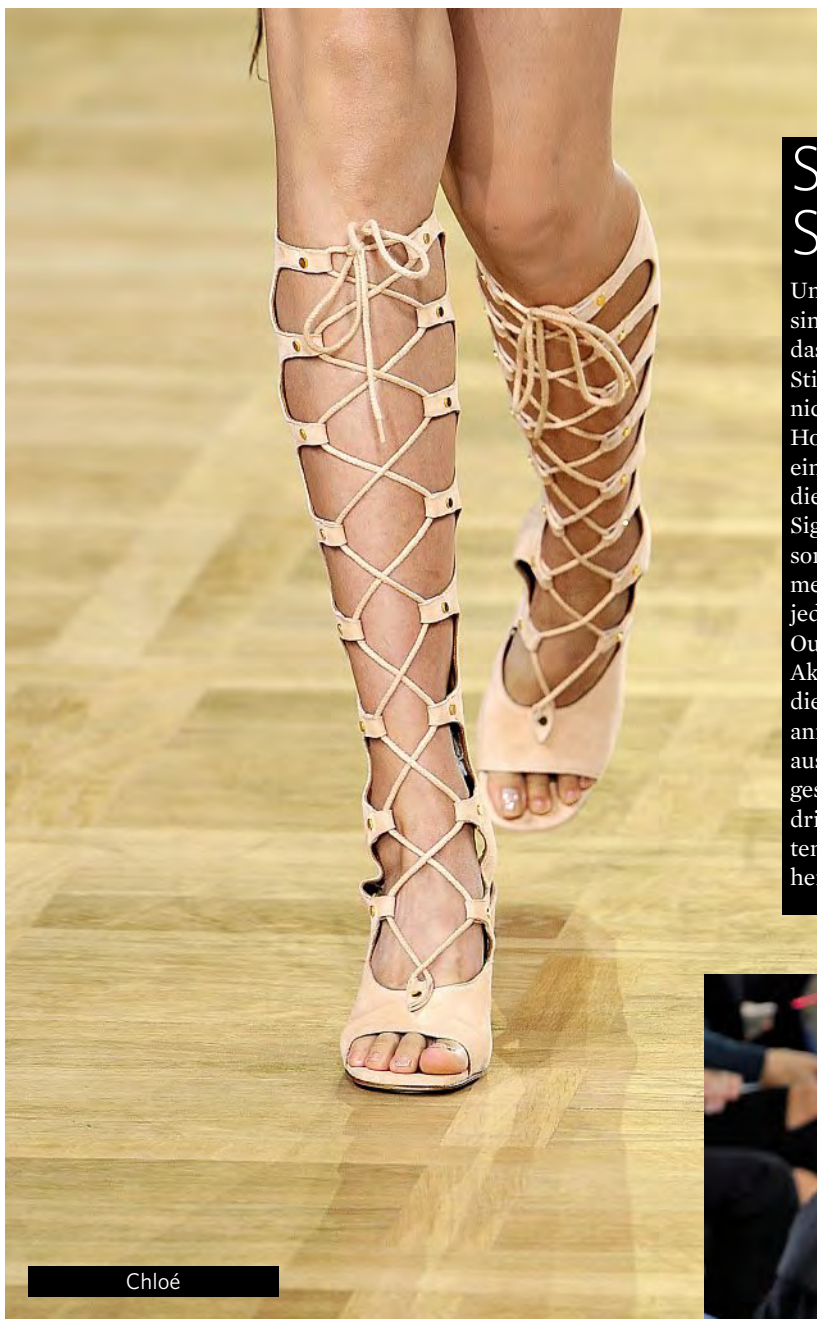
Chanel

Krasse Kragenweite

Eine der heikelsten Erscheinungen im Zuge des Siebziger-Revivals ist die Rückkehr der ausladenden Krägen an Blusen, Jacken und Mänteln. Als dramatischer Höhepunkt eines neuen Looks geben sie Ihrer Silhouette einerseits neuen Pep, andererseits hängen plötzlich riesige Stofflappen wie Dackelohren an beiden Seiten Ihres Gesichts und stellen Ihre Proportionen vor neue Herausforderungen. Das gilt es beim gesamten Styling zu berücksichtigen. Anderswo sollte deshalb nichts schlabbern oder hängen, das den Eindruck einer erdrückenden Schwerkraft noch verstärkt, zum Beispiel Augenringe, Schlupflider oder Lefzen – es sein denn, Sie wollen wie ein Basset aussehen. Übrigens ist der Kragen schon Witz genug und sollte als singuläres Zitat behandelt werden. Versuchen Sie nicht, ihn mit Disco-Styling und Farrah-Fawcett-Frisur aufzudonnern. Das geht garantiert schief.

Signalstarke Sandalen

Unter praktischen Gesichtspunkten sind sie das unsinnigste Schuhwerk, das man sich nur denken kann: als Stiefel unbrauchbar, weil sie gegen nichts schützen, als Sandale im Hochsommer an den Waden immer einen Tick zu warm. Trotzdem ist die Gladiatorensandale das stärkste Signal in der Schuhmode dieser Saison. Mit Shorts oder luftigen Sommerkleidern kombiniert, verleiht sie jedem noch so entspannten Sommer-*Outfit* mit wenig Aufwand maximale Aktualität. Die einzige Modefalle ist die Kombination mit allem, was nur annähernd nach Toga aussieht oder aus zu kunstvoll drapiertem Stoff geschneidert ist. Wenn Sie wie die dritte Sklavin von rechts aus der letzten „Spartacus“-Verfilmung aussehen, haben Sie etwas falsch gemacht.



Chloé

Maximaler Nimbus

Die amerikanische „Vogue“ forderte jüngst ihre Leser auf, die It-Bag der Saison zu wählen. Das zeigt erstens, wie überstrapaziert und uncool dieser Begriff mittlerweile ist, und gaukelt zweitens vor, dass die Entscheidung, welche Tasche diesen Sommer mit dem maximalen Nimbus ausgestattet ist, das Ergebnis eines irgendwie demokratisch gestaltbaren Prozesses sei. Das ist sie natürlich nicht. Denn bei der It-Bag funktioniert Mode immer noch ganz nach alter, höfischer Manier. Einige Stil-Königinnen entscheiden sich in stiller Übereinkunft für eine Tasche, und schon entsteht eine Massenhysterie, die Kundinnen in die Geschäfte und auf die Wartelisten der Boutiquen treibt. Heiße Anwärterin auf die It-Bag der Saison ist die Puzzle Bag von Loewe, eine Tasche, die sich flach zusammenlegen lässt. Für sie sprechen mehrere Faktoren: Der schwer gehypte Jonathan Anderson hat sie entworfen und sie stammt von einem für Lederqualität bekannten, aber noch unverbrauchten Luxuslabel. Ideal für die Kundin mit dem gewissen Céline-Ennui.



Loewe



Strenge Spitze

Um weißer Spitze jegliche Rückwärtsgewandtheit und Verklärtheit auszutreiben, braucht es zwei Meister ihres Fachs. Nicolas Ghesquière für Louis Vuitton und Raf Simons für Christian Dior verstehen es, diesem Material, das gern mit mädchenhaft-romantischer Mode verbunden wird, eine toughere Seite angeleiht zu lassen, und sorgen für die Überraschung des Sommers. Statt nach Strandparty und alten „Bilitis“-Filmen sehen die Entwürfe durchaus stadttauglich aus und passen auch zu selbstbestimmten Amazonen. Die Kleider sind hochgeschlossen und nicht ohne schulmeisterliche Strenge. Den gewissen Sex-Appeal versprühen eher die Accessoires. Bei Louis Vuitton sind es Lackstiefeletten, die den Crochet-Kleidchen den gewissen Kick geben, bei Dior die minimalen Aussparungen und Strickstiefel. Wem das zu nüchtern ist, der findet den alten Spitzenlook wie eh und je bei Chloé.

Dior

Totale Uniformität

Nordkorea gilt schon seit einigen Jahren als ultimatives Reiseziel für Menschen auf der Jagd nach besonders schwer zu ergatternden Einreisestempeln. Insidertipps aus Pjöngjang gehören zur Königsklasse des Partytalks, und spätestens seit dem Film „The Interview“ weiß man, dass Kim Jong-un eigentlich ein ganz cooler Dude ist, der gerne Margaritas trinkt und Katy Perry hört. Das Ende der Eiszeit zwischen Fidel Castro und den USA wirft auch schon seine Schatten voraus. Auf die Frage „Was ziehe ich an, wenn der Diktator zum Tee bittet?“, liefert nun ausgerechnet Marc Jacobs eine schlüssige Antwort: Sein Uniformstil in martialischem Olivgrün mit grotesk aufgeblasenen Taschen ist mehr als nur leicht überzeichnet, eben ganz so, wie man es im Steinzeitkommunismus gern trägt. Selten war ein Total Look so totalitär wie dieser. Frisch gestärkt und gebügelt muss die neue Uniform sein, deshalb wird Ihnen ein ausrangierter Bundesheerparka hier kaum weiterhelfen.

Geöffnete Grenzen

Die Auflösung der Geschlechtergrenzen ist nicht nur ein soziologisches Phänomen, sondern schlägt sich auch in den strategischen Überlegungen der Modekonzerne nieder. Jüngste Beispiele: Das Londoner Kaufhaus Selfridges bestückt gleich drei seiner vier Etagen mit genderneutralen Kollektionen, in denen nicht mehr zwischen Männlein und Weiblein unterschieden wird. Und der neue Creative Director verpasst der Männerkollektion von Gucci mit Schluppenblusen aus Crêpe de Chine einen radikal neuen Look. Bei Gucci ist davon auszugehen, dass sich die neue Ausrichtung sehr schnell auch in den Geschäften wiederfinden wird. Wahrscheinlich hängen schon Mitte Mai die ersten Männerblusen in den Geschäften, wo sie von gewieften Frauen weggekauft werden.



Gucci

PASSION



Marc Jacobs



”

Die Zuschauer
merken sofort,
wenn man sie
belügt.

“

Auf dem Höhepunkt ihrer Karriere: Eben hat **Julianne Moore** hat für ihre Rolle in „Still Alice“ den Oscar bekommen. Tage zuvor gab sie uns noch ein Interview. Wir sprachen mit dem Hollywoodstar über Mode, Erotik und die wahre Schönheit.

VON ULRICH LÖSSL
FOTOGRAFIERT VON PAOLA KUDACKI/TRUNK ARCHIVE



Schlüssel zum Glück. „Echte Liebe ist keine Frage des Alters. Der Vorteil einer langen Beziehung ist, dass man tagtäglich daran arbeiten kann.“

Die amerikanische Schauspielerin Julianne Moore, 54, ist eine der facettenreichsten Darstellerinnen Hollywoods, was sie mit ihrem aktuellen Film „Still Alice – Mein Leben ohne Gestern“ erneut eindrucksvoll beweist. Für ihre Rolle der an Alzheimer erkrankten Alice wurde sie gerade mit dem Oscar für die beste Hauptdarstellerin ausgezeichnet. Am Abend der Oscar-Verleihung trug sie ein sensationelles Chanel-Kleid, in dem sie allen anderen die Show stahl. Wenige Tage zuvor treffen wir sie im Londoner Soho Hotel zum Interview. Sie erscheint – bestens gelaunt – in einem moosgrünen, wallenden Kleid, dazu mindestens zehn Zentimeter hohe, schwarze Pumps. Lächelnd streicht sie ein paar Strähnen ihrer roten Haarmähne aus dem Gesicht. Sie ist sehr natürlich. Und sehr sexy.

deluxe: Hatten Sie diesen sexy Look schon als Teenager?

JULIANNE MOORE: Oh Gott, nein, ganz und gar nicht. Als Kind wurde ich ständig gehänselt. Weil ich so klein war. Und wegen meiner Brille mit den dicken Gläsern. Sportlich war ich leider auch eine ziemliche Niete... Ich glaube, ich war schon Anfang 20, als ich endlich begonnen habe „etwas aus mir zu machen“, wie man so sagt. Und zu dieser Zeit habe ich auch langsam angefangen, mich für Mode zu interessieren.

Kann man als Hollywood-Schauspielerin Mode eigentlich ignorieren?

(Lacht) Weder als Schauspielerin noch als Frau! Aber es stimmt schon, dass man als Schauspielerin auch ein Auge für Bühnenkostüme entwickelt oder für Garderobe, die man in einer Filmrolle trägt. Und ich habe am eigenen Leib erfahren, wie einen zum Beispiel ein Kleid von Balenciaga oder ein Faltenrock von Dior verändern kann. Man ist da tatsächlich eine ganz andere Frau.

Haben Sie einen Lieblingsdesigner? Vielleicht Tom Ford?

Ich will mich da nicht festlegen. Natürlich gefallen mir die Sachen, die Tom Ford macht, außerordentlich gut. Und das nicht nur, weil ich in seinem Film „A Single Man“ mitgespielt habe oder weil wir befreundet sind. Tom war es übrigens auch, der mein Kleid für den Roten-Teppich-Auftritt entworfen hat, als ich 1997 für „Boogie Nights“ für den Oscar nominiert war: ein traumhaftes Chiffonkleid, das ich immer noch besitze.

Bekommen Sie von Designern oft Kleider, die Sie dann bei öffentlichen Auftritten tragen?

Oft würde ich nicht sagen, aber es kommt schon gelegentlich vor. Allerdings trage ich nicht jedes Design, nur weil es von einem berühmten Modemacher stammt – sondern nur Outfits, die mir wirklich gefallen. Und das wechselt natürlich von Zeit zu Zeit. Für den Roten Teppich oder andere Galaauftritte finde ich gerade Kleider von Stella McCartney sehr aufregend. Und von Givenchy und Yves Saint Laurent. Ich mag spannende Texturen und originelle Formen. Aber vor allem will ich mich in diesen Designer-Outfits wohlfühlen und entspannen können.

Hatten Sie noch nie eine „wardrobe malfunction“?

(Lacht) Sie meinen, ob mir meine nackten Brüste schon einmal aus dem Trägerkleidchen fielen? Nein, das noch nicht. Aber ich hatte schon mal einen sehr ärgerlichen Schuh-Fauxpas: bei den Filmfestspielen in Cannes. Da hatte ich Riemchen-Pumps an, die mir die Zehen einquetschten und meine Füße total verbeulten. Allerdings habe ich das auf dem Roten Teppich gar nicht gemerkt, sondern erst viel später beim Ausziehen...

Frauen lieben Schuhe noch mehr als Kleider, heißt es. Trifft das auch auf Sie zu? Und wie viele Paar Schuhe haben Sie denn – so über den Daumen gepeilt?

Natürlich liebe ich Schuhe – aber ich habe Sie noch nie gezählt. Designerschuhe und Modellkleider sind allerdings der absolute Luxus für mich. Denken Sie jetzt bloß nicht, ich würde ständig in glamourösen Dingen schwelgen... Ich weiß, dass viele meinen, als Hollywood-Schauspieler würde man das nur wegen des Ruhms und des Geldes machen. Das trifft auf mich allerdings überhaupt nicht zu. Was mich richtig anspricht, ist die Suche nach der inneren Wahrheit. Als Schauspieler tut man ja nur so als ob. Man spielt z.B. eine Ärztin, ist aber keine, und doch muss man dabei absolut authentisch sein. Die Zuschauer merken sofort, wenn man sie belügt.

Für viele Hollywoodstars kommt zuerst die Karriere, dann das Privatleben...

...was ich für einen fatalen Irrtum halte. Denn das rächt sich über kurz oder lang immer bitterlich. Das Wichtigste in meinem Leben ist ganz klar meine Familie. Ich schöpfe viel Kraft und Freude aus unseren beiden Kindern, aus der Zeit, die wir alle – mein Mann eingeschlossen – miteinander verbringen. Kinder bereichern das Leben auf wunderbare Art und Weise. Das hätte ich früher nie gedacht. Unsere Familie ist mein absoluter Lebensmittelpunkt.

„Sollte mir mein Mann beim Sex die Kleider vom Leib reißen, dann bringe ich ihn garantiert um!“

Können Sie Ihr Familienglück bitte etwas näher beschreiben?

Dort fühle ich mich geborgen, geliebt und verstanden. Und für mich als Frau gab es nichts Schöneres auf der Welt, als endlich Mutter zu sein. Kinder bereichern das Leben ungemein. Ich glaube sogar, dass ich das meiste, das ich vom Leben weiß, von meinen Kindern (Sohn Caleb ist mittlerweile 17 und Tochter Liv 12 Jahre alt) gelernt habe. Wissen Sie, ich habe mir nichts sehnlicher gewünscht als eine Familie. Zugegeben, ich habe mir damit ziemlich lange Zeit gelassen... Ich war schon 27, als ich meinen jetzigen Mann (den Regisseur Bart Freundlich) kennenlernte. Das war 1997. Sechs Jahre später haben wir geheiratet und sind immer noch glücklich.

Sie waren zuvor schon einmal verheiratet ...

...ja, aber er war leider nicht der Richtige (der Schauspieler John Gould Rubin aus der TV-Serie „Law & Order“). Wir haben uns im Laufe der Zeit auch komplett aus den Augen verloren.

Ihr jetziger Mann ist fast zehn Jahre jünger als Sie. Ist das vielleicht auch ein Schlüssel zum Glück?

Ach, echte Liebe ist doch keine Frage des Alters! Der Vorteil einer langen Beziehung oder Ehe ist ja auch, dass man tagtäglich daran arbeiten kann, um besser zu werden.

Welchen Stellenwert hat denn der Sex in Ihrem Leben?

Sexualität und Erotik sind für mich sehr wichtig. Und Leidenschaft und Hingabe aufrechtzuerhalten, auch in einer längeren Beziehung oder Ehe, ist sicher nicht ganz so einfach. Da muss man eben ein bisschen erfinderisch sein. Mein Mann und ich

nehmen uns dann einfach eine erotische Auszeit und geben die Kinder auch schon mal für ein Wochenende bei den Schwiegereltern ab.

Es scheint, dass Sie Familie und Beruf ganz gut unter einen Hut kriegen.

Ja, mittlerweile haben mein Mann und ich ja auch jede Menge Übung darin. Ich passe nur auf, dass ich durch meinen Beruf nicht zu lange von meiner Familie getrennt bin. Zwei Wochen sind das Maximum. Filme, für die ich um die halbe Welt fliegen müsste, sind schon lange nicht mehr mein Fall.

Haben Stars Ihrer Statur eigentlich großen Einfluss auf die Filme, die sie machen?

Als Schauspieler hat man da sehr wenig Kontrolle. Die einzige Zeit, in der wir Einfluss auf den Film nehmen können, ist, während wir vor der Kamera stehen. Und wenn das dem Regisseur nicht gefällt, werden wir herausgeschnitten oder ersetzt. So einfach ist das. Natürlich können wir zu dem, was uns angeboten wird, Ja oder Nein sagen. Manchmal kriegt man bessere Angebote – manchmal weniger gute. Dann wählt man eben das Beste aus dem, was man kriegen kann. Schließlich muss man ja von irgendetwas leben.

„Je älter ich werde, desto weniger Make-up verwende ich. Wenn man zu viel nimmt, sieht man aus wie ein Freak.“

Machen Sie auch deshalb seit einigen Jahren Werbung? Früher für Bulgari, jetzt für L'Oréal...

In einem gewissen Rahmen finde ich das schon in Ordnung. Allerdings dürfen diese Dinge nie von der eigentlichen Arbeit als Schauspielerin ablenken oder sie gar überdecken. Außerdem mache ich auch nur Werbung für Dinge, die ich wirklich gut finde und auch selbst trage oder benutze.

Lassen Sie uns kurz noch über Julianne Moore sprechen, wenn sie alle Hüllen fallen lässt ...

Sie meinen, wenn ich vor der Kamera nackt bin?

Ja. Haben Sie schon mal darüber nachgedacht, was Ihre Kinder von den oft sehr freizügigen Filmauftritten halten?

(Lacht) Liv ist für manche meiner Filme noch zu jung und Cal findet das cool. Aber das ist bei uns daheim kein Thema, über das wir lang und breit reden. Und so wild ist das alles doch gar nicht.

Nun, erinnern wir uns: Unten ohne in „Short Cuts“, als Pornodarstellerin in „Boogie Nights“, zu dritt im Bett in „Maps to the Stars“ ...

...ich will Ihnen ja nicht die Illusion rauben, aber diese sogenannten Sexszenen sind beim Drehen alles andere als erotisch, sondern vor allem harte Arbeit. Außerdem hat der Filmsex doch fast nichts mit dem zu tun, wie wir im richtigen Leben Sex haben. Wir machen es normalerweise ja doch nicht auf dem Fußboden oder auf dem Küchentisch. Und sollte mir mein Mann beim Sex die Kleider vom Leib reißen, dann bringe ich ihn garantiert um!

Erscheinungsbild. „Ich bastle nicht den ganzen Tag an meinem Aussehen herum. Denn wie heißt es so richtig: „Wahre Schönheit kommt von innen!“





Sie gehören zu der Handvoll Hollywoodstars, die auch jenseits der 50 noch sehr gute Rollen angeboten bekommen...

... und auch da spielt das Alter, glaube ich, keine so große Rolle. Es gab ja schon immer auch Rollen für ältere Frauen. Was sich allerdings zum Glück geändert hat, ist, dass es in den letzten Jahren immer interessantere Rollen für Frauen in jedem Alter gibt. Also viel mehr als nur die junge sexy Freundin des männlichen Helden oder die Großmutter.

Gutes Aussehen gehört zum Schauspielerberuf dazu. Wie viel Zeit wenden Sie denn täglich dafür auf, so gut in Schuss zu sein?

Privat gehöre ich sicher nicht zu den Frauen, die sich stundenlang im Bad aufhalten. Und das beste Make-up oder die beste Frisur bekommt man sowieso von denen, die dafür ausgebildet sind, also meistens von den Profis am Set. Aber wissen Sie, ich bastle nicht den ganzen Tag an meinem Aussehen herum. Denn wie heißt es so richtig: „Wahre Schönheit kommt von innen!“

Können Sie uns bitte trotzdem ein paar Beauty-Tipps verraten?

Ich finde es wichtig, dass sich jede Frau ihrem Alter entsprechend kleidet. Und je älter ich werde, desto weniger Make-up verwende ich. Wenn man zu viel im Gesicht hat, sieht man schnell aus wie ein Freak (lacht). Außerdem habe ich gelernt, dass man beim Schminken sehr dezent vorgehen sollte. Also lieber nur wenig Foundation auftragen, die sich dann besser mit dem Make-up verbindet. Und wenn ich abends mal schick ausgehe, verwende ich gern Mascara und auf den Wangen einen zart getönten Creme-Blush, der meinem natürlichen Hautton sehr nahekommt. Und natürlich Lippenstift.

Gehen Sie im Alltag auch manchmal ungeschminkt auf die Straße?

Kaum. Doch wenn ich keine Lust habe, mich lange zu schminken, setze ich einfach eine Sonnenbrille auf, male mir die Lippen rot an und trage ein Halstuch. Den kleinen Trick benutzen übrigens auch viele meiner Kolleginnen. Privat bin ich übrigens eher ein Basic Dresser. Da will ich nicht zu viel Aufmerksamkeit erregen. Deshalb mag ich es zwar immer noch elegant, aber eher minimalistisch als laut.

Sie haben eine wunderschöne, erdbeerfarbene Haar-mähne. Haben Sie Ihre Haare auch schon mal gefärbt? Oder gar abgeschnitten?

Ich hatte eigentlich schon immer lange Haare. Auf dem College allerdings viel kürzer als jetzt. Mit dem Färben habe ich es eigentlich nicht so. Ende 20, Anfang 30 hatte ich mal blondierte Spitzen. Aber wenn eine Filmrolle einen anderen Haartyp verlangt, dann trage ich doch lieber eine Perücke.

Gehören Sie auch zu den Stars, die sich die Haare nur mit Evian waschen?

(Lacht) Nein, gibt es die tatsächlich? Allerdings föhne ich meine Haare nur sehr selten, weil sie sich dann immer zu einer Löwenmähne aufbauschen. Ich benutze viel lieber ein Glätteisen. Und wenn sie trocken sind, ein bisschen Pflegespray für Glanz und Geschmeidigkeit.

Und was fänden wir in Ihrer Handtasche, wenn wir sie auskippen würden?

Die habe ich gar nicht hier, sondern in meinem

Hotelzimmer. Aber eigentlich nichts Besonderes. Was Frauen eben so brauchen.

Was halten Sie eigentlich von Diäten?

Nichts. Von gesunder Ernährung allerdings sehr viel. Ich nehme kaum Zucker zu mir und trinke Alkohol und auch Kaffee nur in Maßen. Wenn man zu viel davon hat, schwemmt es das Gesicht auf. Das muss ich nicht haben.

Beschreiben Sie sich doch bitte mal ganz spontan mit vier Worten.

Das kann ich nicht. Ich bin allerdings ein echter Angsthase, was zum Beispiel das Skifahren oder Autofahren betrifft. Das mache ich beides extrem langsam. Ich würde auch nie kopfüber in einen Swimmingpool hineinspringen. Und nie im Leben würde ich mit dem Fallschirm aus einem Flugzeug springen...

... oder mit Haien tauchen?

Nie und nimmer! Ich würde sterben! Aber als Schauspielerin habe ich keine Angst. Ich habe überhaupt keine Furcht davor, Emotionen zu zeigen. Meine Mutter sagte immer: „Gefühle können dich nicht umbringen!“ Vor allem nicht auf der Bühne oder vor der Kamera. Da fühle ich mich meistens sehr geschützt.

Wie laden Sie eigentlich Ihre Batterien nach anstrengenden Dreharbeiten wieder auf?

Ich mache regelmäßig etwas Cardio-Work-out und Gewichtheben. Und wenn es die Zeit erlaubt, fahre ich auch sehr gern Rad. Und ich mache Yoga. Wenn es geht, täglich. Das hilft mir sehr, wieder ins innere Gleichgewicht zu kommen und Kraft zu tanken. Seit ich regelmäßig Yoga mache, habe ich gelernt, ganz entspannt im Hier und Jetzt zu leben. Den Moment zu fassen.

Das klingt sehr esoterisch...

... aber das ist nur die eine Seite von mir. Natürlich treffe ich mich in meiner Freizeit gern mit Freunden, mache viel mit meiner Familie, schaue mit meinem Sohn sehr viele Basketballspiele an. Cal spielt ja selbst leidenschaftlich gern Basketball. Und im Sommer fahren wir von unserem Zuhause in New York so oft wir können nach Montauk, Long Island, wo wir ein schönes Ferienhaus am Strand haben. Es ist eine echte Oase, wo ich sein kann, wie ich bin, und tun und lassen kann, was ich will.

Und das wäre?

Ich liebe es, dort im Garten zu arbeiten. Und wenn ich in New York bin, treibe ich mich am liebsten in Läden für Möbel, Vorhänge und Teppiche herum. Wollen Sie ein neues Ledersofa? Eine Badewanne mit Löwenpfoten als Füße? Eine Eieruhr? Rufen Sie mich an! Ich bin die Einrichtungsexpertin. Würde ich die Schauspielerei nicht so lieben, wäre ich sicher Innenarchitektin.

Uns ist aufgefallen, dass Sie auf manchen Fotos mit Sommersprossen abgebildet sind - und auf anderen ohne. Das ergibt doch keinen Sinn, oder?

(Lacht) Finde ich eigentlich auch. Aber da müssen Sie bei den Hochglanzmagazinen nachfragen. Da gibt es offensichtlich Redakteure, die meine vielen Sommersprossen per Fotoshop wegre tuschieren lassen. Warum auch immer. Erst unlängst sah meine Tochter ein solches Foto auf einem Illustrierten-Cover und meinte trocken: „Aber Mama, das bist ja gar nicht du!“ *



Zur Person:

Julianne Moore wirkt mit ihren roten Haaren, der blassen Haut und ihren starken Gesichtszügen immer etwas kühl und unnahbar. Als Schauspielerin ist sie deshalb vor allem für ihre großen Charakterrollen bekannt. Für ihre Rolle in „Still Alice“ bekam sie heuer den Oscar als beste Hauptdarstellerin.

「LIVE」MEER



ph. Massimiliano Zambelli

「FRIULI VENEZIA GIULIA」



Wählen Sie **Grado**, **Lignano Sabbiadoro** oder **Triest** für Ihre Ferien am Meer: Spaß, Spiel und Vergnügen für die Kinder, Sicherheit und attraktive Angebote für die Eltern! Der **Club Family Experience Meer** garantiert durch sein definiertes Leistungspaket punkto Qualität, personalisiertem Service, Komfort und abwechslungsreichem Zeitvertreib einen exklusiven und unvergesslichen Aufenthalt für alle. Hotels, Campingplätze, Aparthotels und Feriendörfer sind speziell auf die Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet, die einen erholsamen und abwechslungsreichen Urlaub mit ihren Kindern verbringen möchten. Wiegen, Kinderbetten und Menüs für die Kleinsten sowie ein vielfältiges Animationsprogramm: alles zu **speziellen Familientarifen**.
Exklusiv für Clubgäste gibt es **Family Carnet**, ein Bonusheft mit Ermäßigungen und Gratisleistungen für ausgewählte Familienerlebnisse. **Friaul Julisch Venetien**, das Erlebnis beginnt hier!
Entdecken Sie mehr auf: www.turismo.fvg.it



Karla Welch & Kemal Harris

Ihre Kundinnen: Schauspielerinnen, mit denen man gern befreundet wäre: Zoey Deschanel, Robin Wright, Olivia Wilde und Elisabeth Moss. Und, äh, Justin Bieber.

Ihr Weg nach oben: Der eine Star besucht am Abend eine Film Premiere in Los Angeles und der andere muss zeitgleich zu einer Modenschau in New York? Kein Problem für das Stylisten-Duo Karla Welch und Kemal Harris. Während Welch in L.A. das Hollywood-Geschehen im Auge behält, betreut die in New York lebende Harris die Kunden an der Ostküste. Die beiden Kanadierinnen lernten sich zufällig auf der New York Fashion Week kennen. Kemal Harris styelte damals die Sängerin Feist und holte Karla Welch dazu.

Daran erkennt man ihr Styling: Frauen in Karla-&-Kemal-Outfits sehen sehr entspannt aus. Kein Wunder: Die Stylistinnen haben ein gutes Gespür dafür, welchen Typ Frau sie einkleiden. „Mit den Kleidern, die Karla für mich aussucht, fühle ich mich wie eine bessere Version von mir selbst“, sagte Olivia Wilde in einem Interview. Außerdem mögen sie Cut-outs, grafische Deko-Elemente – und viel Schwarz und Weiß.

Best Dressed: 2014 gehörte der „Mad Men“-Star Elisabeth Moss mit einer oxsenblutfarbenen Robe mit Art-déco-Applikationen von J. Mendel zu den am besten gekleideten Frauen des Jahres.

Warum sollte man sie engagieren: Die Lederjacken-Trägerinnen Karla & Kemal drängen sich nicht mit ihren Ideen auf, sie wollen Spaß mit ihren Kundinnen haben. Und sie wissen: Manchmal beeindruckt eine Frau in einem Smoking oder einem Overall mehr als in jedem Kleid.



Auf Augenhöhe.
Stylisten Karla Welch (l.) mit ihrer Klientin Elisabeth Moss.

SIE ZIEHEN STARS AN

Wer führt bei den Outfits von Stars wie Scarlett Johansson, Emma Watson und Elisabeth Moss Regie? Diese sieben Stylistinnen kleiden die wichtigsten Frauen Hollywoods ein – und sind dabei selbst ein bisschen berühmt geworden.

VON SILVIA IHRING

Fotos: Getty Images (5), David Needleman (1)



Kate Young

Ihre Kundinnen: Frauen mit den zwei B, „Beauty and Brain“. Die Cambridge-Absolventin Rachel Weisz und die in Harvard in Psychologie ausgebildete Natalie Portman. Außerdem Michelle Williams, das Werbegesicht für Louis Vuitton. Youngs jüngster Coup: „Fifty Shades of Grey“-Hauptdarstellerin Dakota Johnson.

Ihr Weg nach oben: Wie Kollegin Leslie Fremar hat Young den Umgang mit Kleidern von der Pike auf in der Mode-Requisite der US-„Vogue“ gelernt. Von Werbekampagnen für Dior über Modenschauen für Jason Wu bis hin zu Fotostrecken für „i-D“ hat sie stylingtechnisch so ziemlich alles betreut. 2013 entwarf sie eine Kollektion für die amerikanische Handelskette Target, im vergangenen Oktober veröffentlichte sie ein Buch bei Assouline.

Daran erkennt man ihr Styling: An den vielen Bustierkleidern, die Young bevorzugt einsetzt. Und daran, dass ihre Stylings oft angenehm schlicht da-

herkommen. Eine Schleife oder Blume an der Taille reicht da schon als Verzierung.

Best Dressed: Mit einem schulterfreien, silbergrau glitzernden Haute-Couture-Kleid von Chanel lief Dakota Johnson bei den Golden Globes im Jänner als lebender Diamant über den roten Teppich. Die perfekte Styling-Ergänzung: kein Schmuck und natürliches, offenes Haar.

Warum sollte man sie engagieren: Als erfahrene Stylistin weiß Young, dass jedem guten Modefoto eine ausführliche Bildrecherche zugrunde liegt. Für jede Klientin kreiert sie vor einem großen Auftritt ein Moodboard mit Fotos aus alten Hollywoodfilmen, damit diese ein Gespür dafür bekommt, wer sie sein will. Schließlich stellt jeder Red-Carpet-Auftritt eine weitere Rolle dar, die eine Schauspielerin spielen muss.



Elizabeth Stewart

Ihre Kundinnen: Unter einem Oscar scheint es Stewart nicht zu machen. Mit Cate Blanchett (übrigens eine der begehrtesten Schauspielerinnen unter Stylisten und Modehäusern), Julia Roberts und Sandra Bullock finden sich drei Gewinnerinnen der Trophäe in ihrer Kundenkartei. Weitere Klientinnen wie Jessica Chastain und Amanda Seyfried sind sicher auch bald dran.

Ihr Weg nach oben: Die in Barcelona aufgewachsene Halbspanierin sammelte ihr Know-how bei den wichtigsten Modemedien. Sie begann ihre Karriere beim Fachblatt „Women's Wear Daily“, arbeitete

als Paris-Korrespondentin für das Magazin „W“ und war mehr als zehn Jahre für das „New York Times Magazine“ tätig. Ihre erste Kundin war Callista Flockhart, die damals als „Ally McBeal“-Darstellerin auf dem Höhepunkt ihrer Karriere stand.

Daran erkennt man ihr Styling: In seinen besten Momenten erschafft der rote Teppich eine Märchenwelt inmitten der Wirklichkeit. Elizabeth Stewart weiß, dass es dafür oft die aufwendigsten Kleider braucht, zu deren Herstellung Haute-Couture-Schneiderinnen fähig sind: Feine Roben aus Spitze, drapiert

und mit winzigen Federn oder Perlen bestickt.

Best Dressed: Sehr schwere Entscheidung. Cate Blanchett sah bei der New-York-Premiere ihres Films „Blue Jasmine“ in einem roséfarbenen Balenciaga-Look mit Straußenfedern so jung und zart aus, dass man sie glatt für eine unsterbliche Elbenkönigin halten konnte.

Warum sollte man sie engagieren? Ganz einfach: 2014 wurde Elizabeth Stewart vom Branchenmagazin „The Hollywood Reporter“ zur mächtigsten Stylistin des Jahres gekürt.



Micaela Erlanger

Ihre Kundinnen: Micaela Erlanger ist das beste Beispiel dafür, dass Stylisten unauffälligen Newcomern zum Superstar-Dasein verhelfen können – und so selbst zu Stars werden. Die britische Schauspielerin Michelle Dockery (die Lady Mary in der Kostümserie „Downton Abbey“) verdankt ihr viele Plätze auf den „Best Dressed“-Listen und somit einen Teil ihres Ruhms. Erlangers größter Erfolg: Mit den richtigen Outfits machte sie die vorher unbekannte Kenianerin und „12 Years a Slave“-Darstellerin Lupita Nyong’o zur Königin des roten Teppichs.

Ihr Weg nach oben: Die 29-Jährige studierte Mode an der New Yorker Parsons School for Design und unterstützte anschließend sechs Jahre lang die 2013 verstorbene Star-Stylistin Annabel Tollman. Vor rund zwei Jahren lernte sie Michelle Dockery über deren Make-up-Artist kennen. Gleich ihre erste Zusammenarbeit mündete in einen Erfolg: Michelle Dockery begeisterte die Medien bei den Golden Globes 2013 in einer weißen Robe mit einem halbtransparenten, goldbestickten Oberteil des Franzosen Alexandre Vauthier. „Dieses Kleid hat mein Leben verändert“, sagt Erlanger. Als Dockery die unbekannte Lupita Nyong’o bei Dreharbeiten kennenlernte, empfahl sie ihre Stylistin weiter. Der Be-

ginn einer modischen Liebesgeschichte.

Daran erkennt man ihr Styling: Sie wählt die besten Kleider von Prada aus. Ansonsten ist Farbe ihr Markenzeichen. Erlanger kombiniert Orange mit Flieder, Rosé mit Froschgrün und Yves-Klein-Blau. Perfekt für Lupita Nyong’o, die mit ihrem dunklen Teint selbst in einem Regenbogenkleid aus der Chanel-Sommerkollektion 2014 gut aussah.

Best Dressed: Der Auftritt von Lupita Nyong’o bei den Golden Globes 2014 in einem roten Ralph-Lauren-Kleid mit angenähtem Cape katapultierte die Schauspielerin endgültig an die Spitze der Stilikonen Hollywoods.

Warum sollte man sie engagieren: Mit 29 Jahren ist Erlanger ein junges Talent im Business. Frisch und modern ist auch ihr Ansatz. Anstatt ihre Kundinnen mit Tüllbergen und Pailletten zu erdrücken, setzt sie auf tragbare Outfits, die neugierig auf den Menschen im Kleid machen. Wenn Jungstar Lupita Nyong’o heute mehrere Magazincover sowie Werbekampagnen für Miu Miu und Lancôme vorweisen kann, dann ist das zu einem großen Teil das Verdienst ihrer Stylistin.



Sarah Slutsky

Ihre Kundinnen: Die Nachwuchsstylistin kleidet nur eine einzige Frau ein. Aber mit Emma Watson hat sie eine der ganz Großen geangelt.

Ihr Weg nach oben: Slutsky ergatterte ihren ersten Job nach dem Modestudium ebenfalls in der Redaktion der amerikanischen „Vogue“, wo sie schon mal 18 Shootings innerhalb einer Woche betreute. Als sie die Gründer eines Online-Start-ups für „berührbare“ Videos mit Sofortkauf-Funktion kennenlernte, kündigte sie und stürzte sich in die Tech-Welt. Gleichzeitig finanzierte sie sich mit Styling-Jobs und lernte 2013 Emma Watson beim Filmfestival in Cannes kennen. Neben ihrem Engagement für Watson unterstützt Slutsky weiterhin den Aufbau des Video-Unternehmens.

Daran erkennt man ihr Styling: Aus der Rolle der struppigen Hermine Granger ist Emma Watson längst herausgewachsen. Dank Slutsky wagt sie sich an mutige Looks, die ihrer noblen Schönheit Kante verleihen: eine Bikerjacke zum Spitzenkleid, ein bauchfreies Top zur taillenhohen Marlene-Hose.

Best Dressed: Ein knallrotes Kleid mit tiefem Rückenausschnitt über schmalen schwarzen Zigarettenhosen – Watsons Dior-Look für die Golden Globes 2014 war ein Experiment. „Ich hatte noch eine Alternative für den Fall, dass ich kneife. Habe ich aber nicht“, sagte Watson. Gut so!

Warum sollte man sie engagieren? Weil Slutsky ihre Kundin dazu bewegt, Risiken einzugehen, ohne sie zu verkleiden. Und das sieht man auf dem roten Teppich nur noch selten.



Leslie Fremar

Ihre Kundinnen: Leslie Fremars Kundenliste ist strictly A-List: Charlize Theron, Reese Witherspoon, Scarlett Johansson. Die Kanadierin pflegt zu einigen von ihnen seit Jahren enge und sogar freundschaftliche Beziehungen. Als sie ihr Loft im New Yorker Stadtteil Tribeca bezog, half eine ihrer berühmten Freundinnen (und Klientinnen) bei der Inneneinrichtung: Julianne Moore.

Ihr Weg nach oben: Dass sie drei Monate Dauerstress während der Award-Season von Anfang Jänner bis März meistern kann, hat Fremar schon zu Beginn ihrer Karriere bewiesen. Sie arbeitete nach ihrem Philosophiestudium als persönliche Assistentin der US-„Vogue“-Chefredakteurin Anna Wintour. Später wechselte sie in die Moderedaktion des Magazins und erlebte Anfang der Nullerjahre,

wie Schauspielerinnen Supermodels von den Titelblättern der Zeitschriften verdrängten. „Im Gegensatz zu Models hatten Schauspielerinnen eine Meinung, es war ihnen wichtig, dass ihnen die Kleider passen. Sie waren wie ein Puzzle, das man lösen musste“, sagt Fremar.

Daran erkennt man ihr Styling:

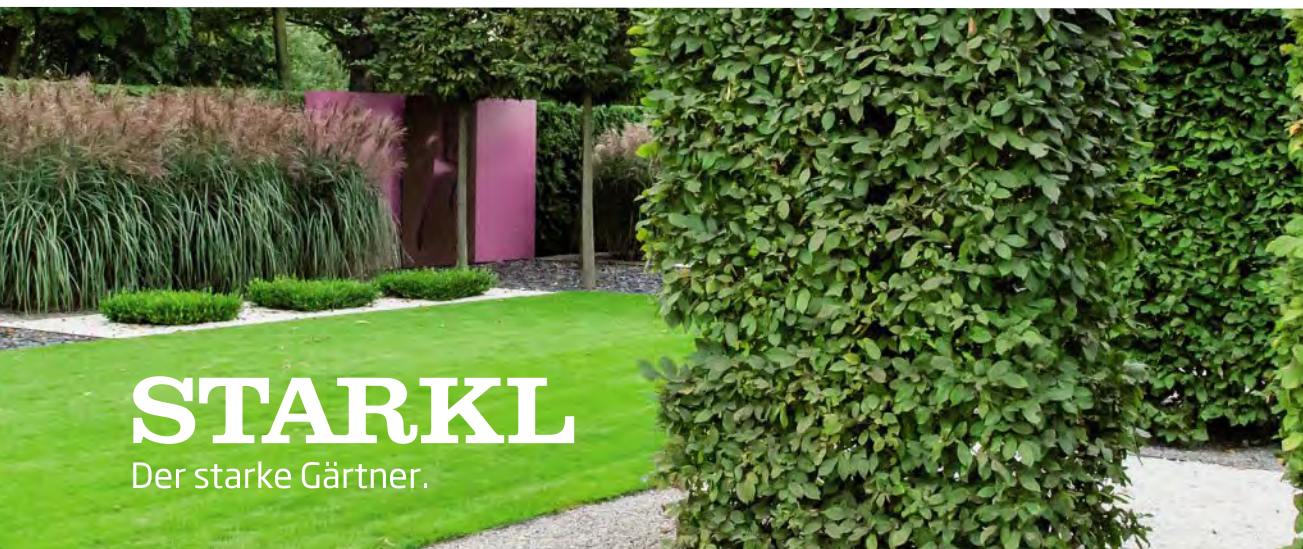
Fremar hat ein Faible für dramatische Silhouetten: weit ausladende Maiglöckchenröcke, Meerjungfrauenkleider, Schleppen, Schößchen, tiefe Ausschnitte.

Best Dressed: Schauspielerinnen wagen nur noch selten Experimente. Die Idee von Leslie Fremar, eine klassische Rothaarige wie Julianne Moore in einem zitronengelben, hochgeschlossenen Dior-Kleid zu den Emmys 2012 zu schicken, bewies Mut

und modisches Gespür: Das Kleid stammte aus der Debütkollektion von Raf Simons für Dior. Bei der „Vanity Fair“-Party bei den Oscars 2014 zeigte Fremar das Gute-Laune-Mädchen Reese Witherspoon von einer ungewohnt erotischen Seite. Sie trug ein schwarzes Cocktailkleid mit fast bauchnabeltiefem V-Ausschnitt von Hugo Boss.

Warum sollte man sie engagieren?

Ohne Einfühlungsvermögen und Vertrauen geht nichts in diesem Job. Ihre guten Beziehungen zu Modehäusern und Kunden gehen Leslie Fremar über alles. Wenn die Oscars anstehen, ordert sie nur ein Kleid von einem Label und nicht, wie oft üblich, viele verschiedene Modelle. So muss sie keinen Designer enttäuschen. Und sie zeigt: Ich weiß genau, was für meine Kundin richtig ist.



STARKL
Der starke Gärtner.

**Damit Ihr Traumgarten
kein Traum bleibt!**

Ihr Gärtner Starkl

3430 Frauenhofen/Tulln
02272/64242-33
planung.tulln@starkl.at
www.starkl.at



Tanja Gacic schwört auf Austern im Icebergs.

DIE NEUEN MODE- METROPOLEN

Fashion Weeks tauchen jetzt rund um den Globus auf. Sydney, São Paulo und Seoul entwickeln auf diese Weise neue Anziehungskräfte. Doch wohin zieht es Designer, Models und Reporter abseits der Laufstege? Wir haben bei Experten nachgefragt.

AUFGEZEICHNET VON ALANNAH SPARKS. ILLUSTRIERT VON GORDON FLORES

SYDNEY

VON TANJA GACIC, BLOGGERIN, „MY EMPIRICAL LIFE“

Die Sydney Fashion Week ist sicherlich einzigartig: Es ist der Mix aus glitzernden Stränden, talentierten jungen Designern wie Dion Lee, Josh Goot und Kym Ellery, multikultureller Stimmung und großartigem Essen. Die Fashion Crowd versammelt sich um das Icebergs, ein Restaurant mit spektakulärem Blick auf den Bondi Beach, das frische Austern und Wagyu-Steak serviert. Fratelli Paradiso ist ein intimes italienisches Restaurant in Potts Point – nicht einmal Kohlenhydratgegner kommen um die Pasta mit Scampi herum.

TANJA GACIC EMPFIEHLT:

Nomad für hausgemachte Weine, Käse und mediterranes Flair; Pinbone für überraschende Geschmackskombinationen; Salon de Thé für köstliches französisch-vietnamesisches Essen und Mr. Wong für die beste Krabbe in schwarzem Pfeffer.



SÃO PAULO

VON JORGE GRIMBERG, FASHION ANALYST, STYLE.COM

Brasilianer sind extrem gesundheitsbewusst, klar. Aber einem guten Pão de queijo, einer Art Käsebällchen, und einem Cafezinho, wie sich bei uns der Espresso nennt, wird niemand widerstehen, um zwischen den vielen Fashion-Shows fit zu bleiben. Der Zeitplan ist knapp – alle Schauen von Osklen bis zu Alexandre Herchcovitch müssen gesehen werden – also gibt es kaum Möglichkeiten, um zu entspannen. Nach den Shows gehe ich zum Essen und Trinken vorzugsweise in die Bar da Dona Onça, die im berühmten Oscar-Niemeyer-Bau Edifício Copan untergebracht ist, oder ins Numero auf einen Martini. Aber die coolsten Partys sind natürlich immer die, die in den Wohnungen von Freunden enden. Kurzum: Wenn man eine unvergessliche São-Paulo-Fashion-Week erleben möchte, muss man sich mit den richtigen Leuten anfreunden.

JORGE GRIMBERG EMPFIEHLT:

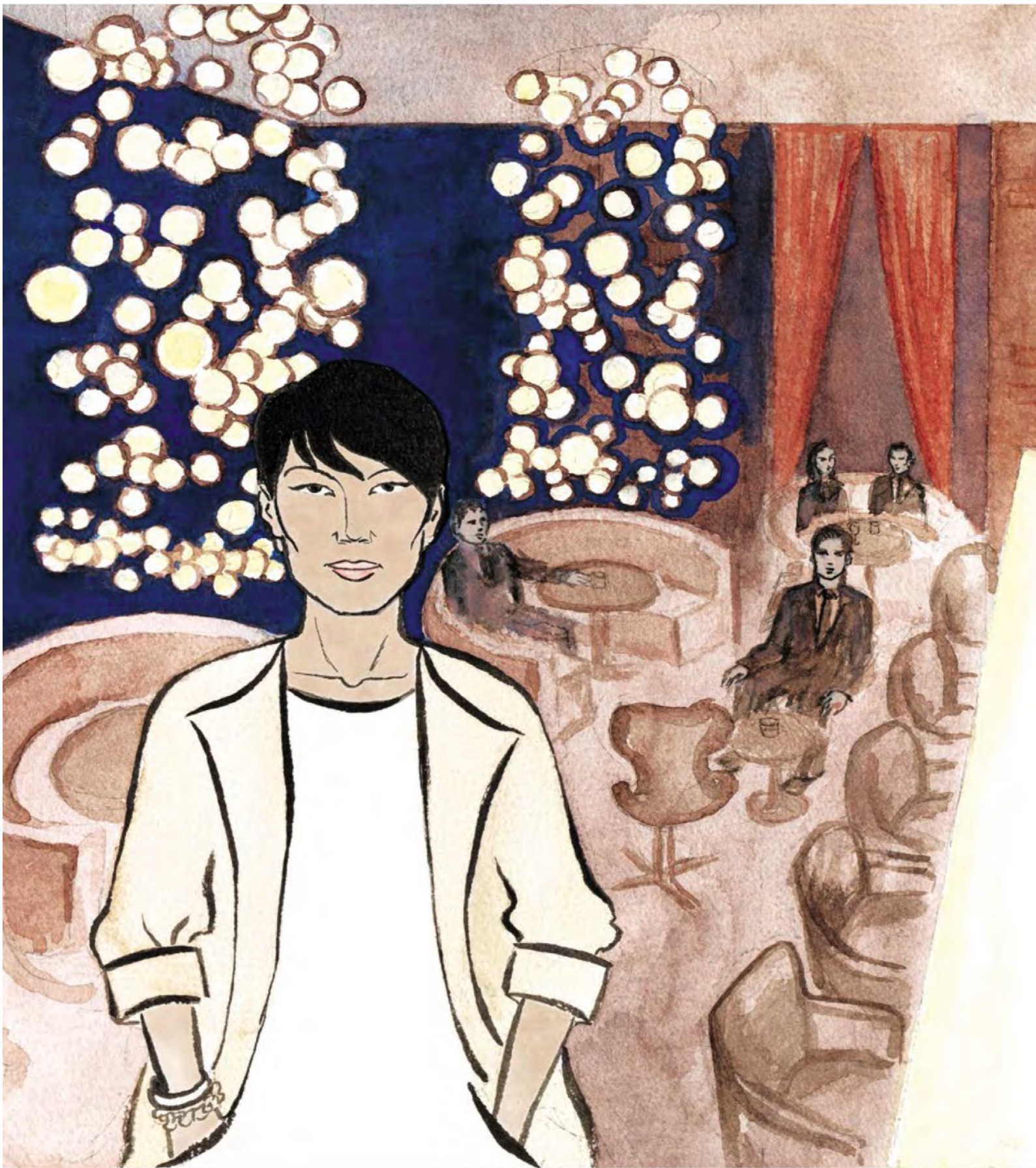
Nagayama für das beste Sushi; Spot Restaurant fürs Sehen und Gesehenwerden; B.Bar in der Altstadt für eine Flucht vor den Modelleuten und Chez Mis oder Maní für einen schnellen Lunch zwischen den Shows.

„Wie man eine unvergessliche Fashion Week in São Paulo erlebt? Du musst Dich mit den richtigen Leuten anfreunden.“

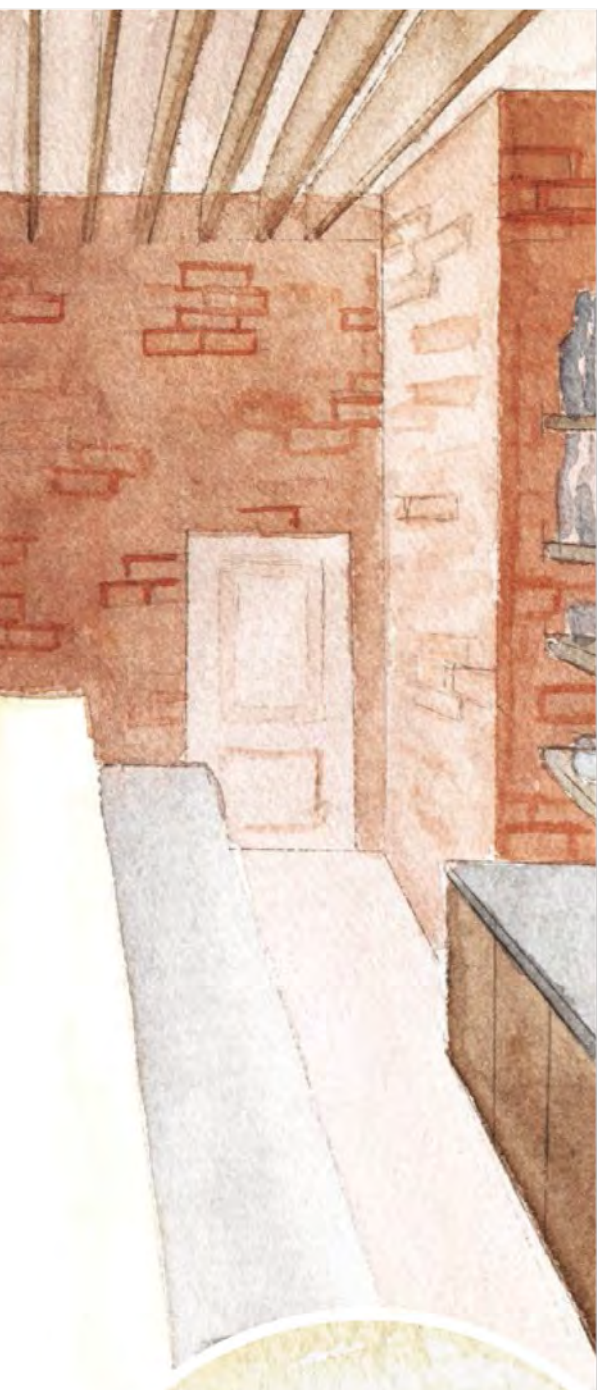




Jorge Grimberg bevorzugt Pão de queijo und Cafezinho im Chez Mis.



Madame Woo stößt im Hopscotch mit Whiskey an.



SEOUL

VON MADAME WOO, DESIGNERIN, WOORYOUNGMI

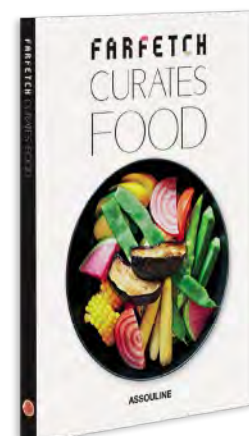
Es ist unglaublich, wie viele talentierte junge Designer die Seoul Fashion Week nutzen, um ihre neuesten Kollektionen vorzustellen und so ihre Labels international voranzutreiben. Das feuert meine Leidenschaft für die Branche gleich noch mehr an. Seoul ist eines der kulturellen Zentren Asiens, dementsprechend viele neue Restaurants sperren hier auf. Im Jungsik kann man zum Beispiel traditionelle koreanische Speisen mit kreativem Twist kosten. Extrem angesagt sind zurzeit in Seoul Whiskey Bars, wie das Hopscotch, wo man Musik, gutes Essen und natürlich eine tolle Auswahl an Whiskeys genießen kann. Mein Lieblingslokal ist aber das My Allée, eine Art Lifestyle-Farm, die von zwei Schwestern geführt wird. Hier kann ich nach den Shows mit einem Glas Wein und köstlichen Biogerichten wieder zur Ruhe kommen.

MADAME WOO EMPFIEHLT:

Das Dongdaemun Design Plaza, um Zaha Hadids unglaubliche Architektur zu bestaunen, und einen Besuch des Night Markets rund um das Dongdaemun.

Buchtipp:

„Farfetch Curates Food“ von Tim Blanks, assouline.com
Die Texte und Illustrationen sind ein Auszug daraus.





KARL, DER TRENDSKOUT

Ein twitterndes Kätzchen, EmotiKarls und ein Supermarkt mit Chanel-Kleidung: **Karl Lagerfeld** designt nicht nur Mode, sondern setzt auch Trends. Wir wollten von dem kreativen Tausendsassa wissen: Welche neuen Entwicklungen haben wirklich Sinn? Ein Quiz.

VON NILS BINNBERG

Paleo-Lifestyle

KARL LAGERFELD: Den Ausdruck kenne ich nicht.

Leben wie die Neandertaler.

Jetzt, wo Sie es sagen. Aber Lifestyle hatten die Neandertaler nicht.

Das sehen Millionen Menschen anders. Hardcore-Anhänger schlafen sogar auf dem Boden.

Um Gottes willen! Nein.

... benutzen kein Shampoo...

Ich habe Dry-Shampoo.

... und schwören auf die Paleo-Diät: viel Fleisch, Nüsse, Obst und Gemüse.

Das ist aber nicht gesund. Ich esse kein Fleisch. Ich esse viel gedämpften Fisch, gedämpftes Gemüse und gedämpfte Früchte, Birnen und Äpfel. Und so ein Proteinzeug, das mir mein Doktor macht. Da muss man nur Pulver in ein Glas tun und ein bisschen umrühren.

Warum muss alles gedämpft sein?

So ist es bekömmlicher, habe ich gehört.

Kochen Sie selbst?

Ich kann nicht kochen. Ich bin null, null, null daran interessiert.

Gehen Sie in den Supermarkt?

Für Fotos ja, aber nicht in der Realität.

Eine Chanel-Show spielte in einem Supermarkt.

Weil das zum heutigen Leben gehört. Ich brauche das Leben ja nicht selbst zu leben, nicht? Was soll ich da kaufen? Wissen Sie, ich gehe nirgends mehr hin, weil die Leute mir auf

die Nerven gehen. Ich habe ja gar nichts gegen diese Orte. Auch nichts gegen Züge und Flugzeuge, aber mit diesen Selfies überall! Die Leute wollen immer mit einem sprechen. Die Deutschen sind die Schlimmsten. Das ist unmöglich. Man kann sich nicht mehr konzentrieren, man wird ständig unterbrochen. Selbst, wenn ich an einen Kiosk gehe, die Leute stehen da und schauen mir zu, wie ich eine Zeitung kaufe. Ich bin ja nicht dafür da, mich mit fremden Leuten zu unterhalten.

Dann wären Sie manchmal also lieber nicht berühmt?

Das kann ich mir nicht mehr vorstellen. Aus dem einfachen Grund, weil ich mehr nach dem französischen Sprichwort lebe: Ich kann nicht die Butter haben und das Geld für die Butter behalten.

Athleisure Wear

Was soll ich Ihnen dazu sagen?

Wie gefällt es Ihnen, dass die Leute Yogahosen und Performance Sneakers tragen, selbst wenn sie keinen Sport treiben?

Das ist eine Modefrage. Die Leute, die wirklich arbeiten, laufen nicht so herum. Ich finde das unmöglich. Auf der Straße sehen sie alle so schlampig aus und im Sommer hat man das Gefühl, wenn die so bei sich zu Hause in ihren Badezimmern sitzen, würde man da nicht ohne anzuklopfen reingehen. Ich hab' das satt im Sommer mit all den dicken Bäuchen und den Hängebusen. Also die Leute lassen sich wirklich gehen wie ein Hefeteig.

Treiben Sie Sport?

Mein Doktor sagt, das wäre unnötig. Ich habe sehr viel gemacht, als ich sehr jung war.

„Ich habe mich zu einer ambulanten Karikatur gemacht, das ist nun mal so. Ich persönlich finde mich tout à fait, ganz normal.“

Was haben Sie trainiert?

Nur Krafttraining. Ich mag nur Sport, bei dem man andere Leute nicht anfasst.

Haben Sie schon mal etwas von Baristi-Work-out gehört? Das sind Körpergewichtsübungen am Barren oder an Geländern. Man kann sie überall machen.

Das habe ich noch nie gehört und auch noch nie gemacht. Ich kenne auch niemanden, der das macht. In der Beziehung bin ich ungebildet.

Normcore

Ist das was Unanständiges?

Es beschreibt den Kleidungsstil, sich möglichst normal und unauffällig anzuziehen, als Reaktion auf den übereifrigen Look von Mode-Bloggern.

Ja okay, das ist alles gut und schön, aber dass die Leute alle anonym sein wollen, macht das Leben auch langweilig. Ein bisschen Relief und Menschen, die sich Mühe geben irgendwie, die anders sein wollen, das bewundere ich mehr als all diese Schattengewächse.

Ihre eigene Devise ist ja auch eher: Anything goes.

Ich habe mich zu einer ambulanten Karikatur gemacht, das ist nun mal so. Das hat sich aber von allein ergeben, das ist kein Marketing meiner Person. Das hat sich so ergeben. Ich persönlich finde mich tout à fait, ganz normal.

Mit Mode welches Designers kleiden Sie sich gerade besonders gern?

Den kleinen Anderson, J.W. Anderson finde ich toll, Christopher Kane ist toll. Aber auch Sacai, die Japanerin. Die ist toll, die ist toll. Ich habe alles von ihr. Sie schickt mir alle ihre Sachen. Karl Templar macht ihr Styling. Der ist gut, aber das Einzige, was ich bei Karl nicht ausstehen kann, ist, dass er den gleichen Vornamen hat. Wenn ich sage: „Karl mach mal“, habe ich das Gefühl, ich spreche mit mir selbst. Karl ist ein toller Junge, aber er hat leider meinen Vornamen.

Elektromobilität

Für den Stadtverkehr ist das gut, für die Autobahn nicht. Aber wissen Sie, das gab's vorm Ersten Weltkrieg schon. Da gab's schon elektrische Wagen. Sehr luxuriöse sogar. Ich weiß nicht mehr, in welchem bekannten Roman, da hat die Frau, die aus der Provinz kommt, einen reichen Mann geheiratet und wurde mit einem elektrischen Auto, so 1910 am Gare du Nord abgeholt. Das hat es schon gegeben.

Fahren Sie denn selbst?

Ich fahre selbst nie. Aber einen elektrischen Wagen haben wir.

Aber Ihre Hummer sind Ihnen lieber?

Die habe ich alle noch, aber im Moment fahre ich sie nicht. Ich habe ja auch Wagen, die die Angestellten haben. Die wähle ich gar nicht selbst aus. Aber da, wo ich reinsteige, die suche ich selbst aus.

Womit fahren Sie denn momentan, Pardon, lassen Sie sich gern fahren?

Das sind meine Rolls-Royce. Ich habe mehrere. Einen schwarzen für Paris und ein dunkelblaues Cabrio für mein Haus in Südfrankreich.

Wann saßen Sie das letzte Mal selbst am Steuer?

Mit 30. Ich habe meinen Führerschein schon mit 17 gemacht. Ich hatte einen Vater, der über 70 war, und da durfte man in Deutschland früher mit 17 einen Führerschein haben. Das waren die Adenauer-Jahre. Mein Vater ist nie gefahren. Nach zwei Autounfällen bin ich nie wieder selbst gefahren. Mit meinem Mercedes bin ich einmal gegen einen Baum gefahren und mein Porsche landete im Graben. Beide Male war ich eingeschlafen. Wissen Sie, immer nur stumpf geradeaus schauen, das ist wahnsinnig langweilig. Und das ermüdende Geräusch von Motoren! Ich vermisse das nicht.

Was machen Sie, wenn Sie durch die Gegend chauffiert werden?

Wie alle Leute: was ich machen will und was ich machen muss oder machen könnte. Da habe ich kein spezielles Thema für Autogedanken.





Bunnies

Was ist damit?

Das sind die neuen Katzen in der Mode. Von Katie Grand bis zu Ihrem Liebling Cara Delevingne: Alle wollen gerade Häschen.

Nein, nein. Die wachsen schnell, die sind sehr böse und ich bin sicher, dass die Mädchen diese Hasen in drei Monaten nicht mehr haben.

Sie sprechen aus Erfahrung?

Ich habe mal Fotos gemacht von einer Kiste mit Hasen in einem Schloss bei Paris, die war total verkratzt und verbissen. Ich muss ja nicht jeden Quatsch mitmachen.

Dabei hat sogar Ihre Katze Choupette einen eigenen Twitter-Account.

Die Fotos werden geklaut. Ich habe keine Ahnung, wer das macht. Ich mache das nicht. Ich mache auch keine Selfies. Ich kenne das nicht.

Wearables

Ach, die von den Kindern. Diese Dinger, die so gehäkelt sind. Meinen Sie die?

Das sind Armbänder, die den Puls messen, uns navigieren...

Grauenhaft. Wenn ich die sehe, frage ich die Leute direkt: Warum tragen Sie die? Haben Sie einen Herzfehler?

Außerdem können sie die Schlafqualität messen.

Das weiß ich selbst sofort, wie ich geschlafen habe. Ich schlafe bestens. Sieben Stunden, ohne aufzuwachen. Die Welt kann untergehen und ich schlafe. Ich brauche keine Uhr, die mir das sagt. Denn wenn ich nicht geschlafen habe, bin ich nämlich sauer.

Sie könnten damit auch Ihre Schritte zählen. Wie viel gehen Sie am Tag?

Ich will gar nicht wissen, wie viel ich gegangen bin. Das ist alles ein bisschen gimmicky, amüsant. Ich bin mir sicher, dass man das nach drei Tagen nicht mehr umtut. Ich kaufe diese Gadgets bergeweise bei Colette. Damit spielt man drei Tage und nachher weiß man gar nicht mehr, wo man sie gelassen hat. Ich benutze keinen Ordinateur. Meine Mitarbeiter, ja. Meine Geschäftsleute wollen nicht, dass ich einen Computer habe, mit welchem Inhalt auch immer. Ich habe keinerlei Internet. Das ist heutzutage zu gefährlich. Da wird einem alles geklaut. Ich habe meine iPads, um darauf zu zeichnen und Fotos zu machen. Und iPods für meine Musik.

Was hören Sie?

Mit Michel Gaubert habe ich alle Neuigkeiten dieser Welt. Und wenn ich eine neue CD bekomme, übertrage ich die Musik direkt auf meinen iPod, damit ich da nicht jedes Mal zur Anlage hinrennen muss. Da ist alles Mögliche drauf. Am Wochenende habe ich noch mal die Hits von Blondie gehört. Die ist toll. „Heart of Glass“ gehört zu meinen Lieblingsliedern. Oder auch „Purple Rain“ von Prince oder „I Want To Break Free“ von Queen. Das sind meine Lieblingslieder, die nicht gerade neu sind.

„GIF-Art Gift-Art?“

GIF. Kurz für Graphics Interchange Format, im Prinzip animierte Fotos.

Gift, das ist für mich „Geschenk“. Ich bin stolz darauf, dass ich noch anständig Deutsch kann, und dann muss ich mir so einen Stuss anhören. Englisch gemischt mit so weiter und so fort. In Amerika sagt das kein Mensch. Das ist typisch deutsch. Die wollen trendier sein als trendy. Das ist ein deutscher Komplex. Das hat auch ein bisschen, unter uns, Berlin gebremst. Die meinen, sie wären so „in“ gewesen, dass das schon allein genügt.

Was halten Sie von GIF-Art?

Bin ich nicht dagegen. Ich bin sehr für solche Dinge.

Das teuerste GIF ist „Balloon Dog Deflated“. Der Künstler Michael Green hat aus Koons' Luftballon-Hund die Luft rausgelassen.

Einer von Jeff Koons ist mir lieber.

Was haben Sie zuletzt gekauft?

Ich kaufe sehr wenig, ich bekomme das alles geschenkt.

Was denn zum Beispiel?

So einen roten Dackel von Koons.

Ach, den echten „Balloon Dog“ also?

Genau, genau. Den habe ich geschenkt bekommen. Den habe ich nicht gekauft.

Von Herrn Koons selbst?

Nein. Von jemand anderem. Ich kenne Jeff aber sehr gut und schon lang, noch aus der Zeit mit Cicciolina. Da habe ich ihn sogar mit ihr fotografiert. Das war aber nicht seine beste Periode. Ich mag lieber, was er so vor fünf, sechs Jahren gemacht hat. Das Riesenherz und all das ist schon sehr schön.

Was hängt über Ihrem Bett?

Ich habe in allen meinen Häusern in den Gästezimmern eine sehr schöne Sache von Clauve Leveque über den Betten. Diese Neon-Schriftzüge. Was der macht, ist sehr poetisch. Über meinem eigenen Bett habe ich nie etwas hängen, weil mir früher mal ein Spiegel ins Bett gefallen ist und seither will ich nichts mehr über dem Kopf haben.

Wozu hatten Sie einen Spiegel über dem Bett?

Nee, nee, nee, nich' wie Sie denken. Der hing am Kopfende und hatte einen schweren Holzrahmen. Das war gefährlich. ★



marco colazzo
design. fliese & stein

DESIGN MIT FLIESE UND STEIN

GROSSER SCHAURAUUM IN WÖLLERSDORF

TOP MARKENFLIESEN | PROFESSIONELLE VERLEGUNG



Ich und mein Look. Die Modebloggerin Chiara Ferragni ist längst nicht mehr nur Bloggerin – sie ist eine Marke.

Million Dollar Bambi

Chiara Ferragni hat aus ihrem Blog „The Blonde Salad“ ein Unternehmen gemacht und aus sich selbst eine Marke. Den Modelabels ist das viel Geld wert.

VON SILVIA IHRING

Am zweiten Abend der Berliner Fashion Week stand Chiara Ferragni bei einer Cocktailparty des Magazins „InStyle“ in der Bar des „Hotel Zoo Berlin“ und lachte in die Smartphones ihrer Fans. Hinter ihr war das aktuelle Heftcover im XL-Format aufgebaut, auf dem sie selbst überlebensgroß abgebildet ist. Was für eine Machtverschiebung von analog zu digital: Da organisierte eine Modezeitschrift eine Audienz für eine der erfolgreichsten Modebloggerinnen der Welt, eine, die Bloggen in eine neue Dimension erhob. Chiara Ferragni ist das unzählige Male fotografierte Gesicht hinter dem Blog „The Blonde Salad“. Über drei Millionen Menschen folgen ihr auf Instagram, fast eine Million auf Facebook. Der Blog zählt drei Millionen Seitenaufrufe im Monat.

Dass die Berühmtesten unter den Bloggern bei Modenschauen in der ersten Reihe sitzen, darüber echauffierte sich die Branche schon vor sieben Jahren. Dass ihretwegen Streetstyle-Fotografen auf der Jagd nach dem perfekten Bild Redakteure vom Bürgersteig schubsen, während diese auf dem Weg zur Modenschau sind – auch daran hat man sich gewöhnt.

Chiara Ferragni aber ist längst nicht mehr nur Bloggerin – sie ist eine Marke. Ihre Karriere steht beispielhaft für den Erfolgsgang jener jungen Modefreaks, die mit ihrem Gespür für Stil und die Vorlieben einer bilderbesessenen, surfenden Generation ihren Blog zu einem Business aufgebaut haben. Ferragnis Fähigkeit, im Internet Millionen von Menschen hinter sich zu versammeln, hat ihr Macht und Einfluss in der Modebranche verliehen. Und sie zur Chefin eines profitablen Unternehmens gemacht: Ihre TBS Crew beschäftigt 15 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2014 nach eigenen Angaben sechs Millionen € Umsatz. Viereinhalb Millionen stammen von der Schuhkollektion

„Chiara Ferragni Collection“. Das Wirtschaftsmagazin „Forbes“ führt Ferragni als einzige Modebloggerin und einzige Italienerin in seiner Hitliste der 30 erfolgreichsten unter 30-Jährigen im Bereich Mode und Kunst.

ZÜGE EINER MANGAFIGUR

Ihre Schönheit ist auffällig und von der Sorte, wie sie Asiaten lieben: Sie trägt die typischen Züge einer Mangafigur, herzförmiges Gesicht, riesige Augen mit fast streichholzlangen Wimpern. Der Körper ist einen Tick zu dünn, das honigblonde „beach hair“ fällt in weichen Wellen auf die Schultern. „Die Schuhe sind von Prada, die Jeans von J Brand, die Tasche von Hermès“, kommt es im Gespräch mit diesem Magazin wie aus der Pistole geschossen. Natürlich kennt Ferragni ihr Outfit in- und auswendig. Was sie trägt, teilt sie seit fast sechs Jahren jeden Tag der ganzen Welt mit. 2009 gründete sie ihren Blog. Davor postete sie, damals (wie heute) Jusstudentin an der Mailänder Elite-Universität Bocconi, Bilder von sich selbst auf Fotoplattformen wie Flickr. Hunderte Kommentare und Tausende Clicks brachten sie auf die Idee, sich eine ganze Website zu widmen: „The Blonde Salad“, benannt nach ihren damals extrem blonden Haaren und ihren (wie in einem Salat) bunt gemischten Interessen. Nur zwei Monate nach dem Launch ihres Blogs erreichte sie eine Anfrage des Labels Benetton, das sie als Jurymitglied für ein Kampagnen-Casting gewinnen wollte. „Ich habe es mehr als ein Hobby betrachtet, aber nie geglaubt, dass man damit ernsthaft Geld verdienen könnte“, sagt Ferragni.

Heute gehört sie zur Riege der international bekannten Menschen, die sich reichbloggten – wie die Londonerin Susanna Lau vom Blog „Style Bubble“, der Philippiner Bryan Grey-Yambao, besser bekannt als „Bryanboy“, Aimee Song von „Song of Style“ und Leandra Medine vom Blog „The Man Repeller“. Ihre Jahresgehälter liegen bei einigen Hunderttausend Euro, manche überschreiten die Million. Die sechs Millionen von Chiara Ferragni sind derzeit unerreicht.

Ihre enormen Einkünfte haben Modebloggern den Ruf eingebracht, nicht viel mehr als Sprachrohre der PR-Abteilungen zu sein. Schließlich kommt das Geld nicht von den Lesern, sondern von den Labels. Diese buchen Werbebanner auf der Seite oder sogenannte Advertorials, also gesponserte Blog-Einträge und Artikel. Onlineshops kooperieren mit Blogs in Form von Affiliate Links. Ein Blog empfiehlt ein Produkt, leitet den User auf den zugehörigen Onlineshop weiter, und wenn es zum Kauf kommt, wird der Blogger am Ertrag beteiligt. Noch profitabler sind Kooperationen mit Labels, die auch für Chiara Ferragni eine wichtige Einnahmequelle sind. Blogger entwerfen Capsule Collections, wirken bei Kampagnen oder anderen, meist digitalen Projekten mit. Marken laden sie zu Veranstaltungen ein und vereinbaren mit ihnen virale Marketing-Pakete aus Artikeln, Instagram-Posts und anderen Social-Media-Leistungen, die um dieses Event oder diese Marke herum erscheinen sollen. Manche Blogger sollen Preislisten führen, auf denen steht, wie viel sie für einen Facebook- oder Instagram-Post verlangen.

Dabei galten Blogs doch mal als digitale Tagebücher von Menschen, die ihre unverstellte Sicht der Dinge mit der Welt teilen wollten. Und doch greift der Vorwurf der Käuflichkeit und Unglaubwürdigkeit zu kurz. Welcher Modeblogger hat jemals von sich behauptet, er sei ein unabhängiger Journalist? Einige von ihnen schreiben durchaus kluge und amüsante Texte, wie Su-

sanna Lau oder Leandra Medine, und informieren über das Geschehen in der Modebranche. Doch bei den meisten geht es um die reine Inszenierung der eigenen Person: Hier habe ich gefeiert, dort bin ich hingereist, das habe ich dabei getragen. Und weil das nun mal Millionen von Menschen interessiert, stellen sie für Designerlabels ideale Businesspartner dar.

Längere Texte schreibt Chiara Ferragni so gut wie gar nicht, ihre Seite ist eher eine Galerie aus Bildern und Videos, durch die sich die Fans in Chiaras wundervolles Leben träumen. Das spielt sich außer in ihrem Haus in Los Angeles vor allem in der internationalen Modewelt ab. Hier ein Imagefilm für Cartier, da die neuen Kampagnenfotos für Ferragnis Schuhkollektion. Und überall schauen ihre eisblauen Bambi-Augen in die Kamera. Ermüdet diese pausenlose One-Woman-Show nicht auf Dauer? „Es gefällt mir, mich hübsch zu fühlen. Ich versuche sowieso jeden Tag, mein Bestes mit meinem Outfit zu geben“, sagt Ferragni. „Kommentare zu lesen, die Reaktionen der Leser zu sehen, macht mir einfach Spaß.“ Ein Mindestmaß an Narzissmus muss man als Modeblogger wohl mitbringen. Aber gerade diese echte Lust am Styling und an der Selbstinszenierung strahlt Ferragni aus. Sie beherrscht die Kunst, sogar beim Posieren authentisch zu wirken.

Ferragni besteht auf ihrer Unabhängigkeit: „Wir lassen uns nicht für Artikel auf der Seite bezahlen.“

Sie entwirft lieber selbst. Ferragni hat schon gemeinsam mit dem Schuhlabel Superga oder der Jeansmarke Current/Elliott Produkte designt. Zu den Unternehmen, mit denen sie hauptsächlich zusammenarbeitet, gehören Louis Vuitton, Calvin Klein, Yves Saint Laurent Beauty. Klar, dass hier keine Peanuts gezahlt werden. „Mit Zahlen habe ich es nicht so“, winkt Ferragni ab, als man sie nach Honoraren fragt. Nur eine Sache: „Wir haben uns von Anfang an darauf konzentriert, langfristige Partnerschaften mit Marken einzugehen. Keine kurzen Sachen für 1000 €“, sagt sie.

TÄGLICH BIS ZU 2000 ANFRAGEN

Riccardo Pozzoli, Mitbegründer des Blogs und Ferragnis Geschäftspartner, wird etwas konkreter. Die Gagen variierten zwischen „wenigen Zehntausend und Hunderttausenden Euro“, erzählt er am Tele-

fon. Pozzoli ist Chiara Ferragnis Exfreund. Sieben Jahre lang waren die beiden ein Paar, das Power-Couple der Blogszene. Gemeinsam bauten sie TBS Crew auf. Ferragni schreibt ihm die Hälfte ihres Erfolges zu. Während sie alle kreativen Entscheidungen trifft, kümmert sich Pozzoli um geschäftliche Fragen. „Am Anfang haben wir die Labels nur mit unseren Zahlen beeindruckt. Vor fünf, sechs Jahren eröffneten die ersten Designer ihre Onlineshops, hatten gerade mal ein paar Tausend Besucher. Da kam ich und habe ihnen gesagt, „The Blonde Salad“ hat 30.000 Besucher am Tag. Die waren sprachlos“, sagt er. Heute erreichen ihn täglich 2000 Anfragen. Chiara Ferragni entscheidet allein, welchen Projekten sie zustimmt, 90 Prozent fallen durch.

Was rechtfertigt die Gagen für den Rest? Für Pozzoli stehen die Leistung und die Qualität der Arbeit von TBS Crew der eines Modemagazins in nichts nach. „Wir bringen jahrelange Erfahrung im Umgang mit digitalen Medien mit. Wir arbeiten mit erfahrenen Fotografen, Stylisten und anderen Profis aus der Welt des Luxus zusammen. Wir liefern nicht nur die Produktion, sondern die automatische Vermittlung des Contents an Millionen von Menschen“, sagt er. Vor allem liefern sie Chiara Ferragni. *


Ferragni beschäftigt 15 Mitarbeiter und setzte vergangenes Jahr sechs Millionen Euro um.




Wohnung wie aus der „Vogue“

Franca Sozzani ist eine der einflussreichsten Frauen der Modewelt. Jetzt hat die Chefredakteurin der italienischen „Vogue“ in Zürich eine Musterwohnung eingerichtet. Die zierliche Mailänderin überrascht dabei mit einem männlichen Wohnstil. Ein Rundgang

VON CLAUDIA SCHMID
FOTOGRAFIERT VON MICHELE LIMINA



Erlesen. Franca Sozzani vor dem Bücherkubus voller Kunstbände, hinter dem sich die Küche befindet.



Geheimer Garten. Über dem Tagesbett mit tannengrünem Bezug ragen echte Efeublätter in den Raum.



„Appartamento Sozzani“.
Auf Wunsch der Betreiberfamilie Albers hat Franca Sozzani die Wohnung in Zürich eingerichtet.

Bücher und Schuhe. Dafür braucht Franca Sozzani viel Platz – sei es in ihren Wohnungen in New York, in Portofino oder in Mailand. Auch in Zürich macht die Italienerin keine Ausnahme: Entlang des Ganges verstecken sich riesige Schuhschränke, im schwarzen Bücherkubus stehen mehr als 2000 Kunstbücher und Zeitschriften.

Sozzani, Chefredakteurin der „Vogue Italia“ und eine der einflussreichsten Frauen der Modewelt, hat mitten im ehemaligen Industriegebiet Zürich-West eine Wohnung eingerichtet. Sie befindet sich im Hochhaus des neu erbauten Hardturmpark-Areals und bietet einen 360-Grad-Blick auf die umliegenden Gebäude, Verkehrsadern, den See, die gesamte Stadt. Das „Appartamento Sozzani“, vorläufig als Musterwohnung im Einsatz, soll längerfristig vermietet werden. „Ich bin sehr zufrieden“, sagt die 65-Jährige über ihr Werk, das vom Mailänder Architekten Massimiliano Locatelli und von italienischen Handwerkern umgesetzt wurde. Die zierliche Journalistin pflegt nicht nur in Zürich, sondern auch in ihren anderen Domizilen einen überraschend männlichen Wohnstil. „Ich mag dunkle Farben und massive Materialien. Mit Chichi kann ich nichts anfangen. Zumal hier ja auch möglichst wenig die Aussicht stören soll.“

So dominiert in der ganzen Wohnung ein dunkler Holzboden. Teppiche fehlen ebenso wie Deko-Gegenstände. Wenige, hochwertige italienische Möbel des 20. Jahrhunderts bilden das Herz der Einrichtung: Gio Pontis Cassina-Stühle aus dem Jahr 1938 oder ein Vintage-Olivetti-Schreibtisch aus dem Jahr 1963. Umso mehr kommen die Materialien zum Tragen – etwa die lederbezogene Sitzbank am Fenster, hochwertige Betttextilien sowie Wände aus rohem Stahl oder verrostetem Eisen. Erst auf den zweiten Blick wird

klar, dass es sich bei der Wand aus Eisen um eine Box handelt. In dieser versteckt sich ein Treppenhaus, das in den oberen Stock führt. Dort findet man ein Filmzimmer mit Büro, ein spartanisch eingerichtetes Schlafzimmer und ein Badezimmer mit frei stehender Wanne in Sepia. Wer sich ins Schaumbad fallen lässt, sieht durch die geöffneten Schiebetüren des Badekubus auf die großen Fenster und kann so die ganze Stadt betrachten. Die Kuben, in denen immer neue Räume zum Vorschein kommen, sind charakteristisch für Sozzanis Wohnstil. „Wenn ich einen Raum plane, gehe ich immer zuerst von einem Bücherkubus aus.“ Dieser bildet das Zentrum des offenen Raums in der unteren Etage und ist nicht nur mit Sozzanis Büchern vollgestellt, sondern auch mit Türen ausgestattet. Öffnet man sie, kommt man in eine Industrieküche. „Ich mag die technische Ausstrahlung solcher Küchen, weil sie mich an Restaurants erinnern“, sagt Sozzani, die auch in ihren eigenen Häusern nur auf Industrieküchen zurückgreift. Das Kochen erledige im Alltag zwar eine Hausangestellte, „weil ich schlichtweg keine Zeit dazu habe“. Doch ein großer, langer Eisentisch, der hinter dem Bücherkubus steht, weist darauf hin, dass der Italienerin viel am gemeinsamen Essen liegt. „Diese Wohnung ist ein Ort der Gemeinschaft.“

Als Ort der Entspannung dient die Loggia im unteren Stock. Ein grün bezogenes Tagesbett sowie eine Zimmerdecke, aus der echter Efeu wuchert, erwecken den Eindruck eines Gärtchens über der Stadt. Hier lebt man in zurückhaltendem Luxus: Was zählt, sind die Aussicht, die Materialien und eine Raumaufteilung, die so ungewöhnlich ist, dass sie einen auch nach mehrfachem Durchschreiten der Wohnung immer wieder überrascht. Und über allem wacht der gute Geist der Bücher von Vielleserin Sozzani. *



Reduziert. Badezimmer mit Ausblick und frei stehender Badewanne; die Küche steckt in dem Würfel, dessen Wände als Regale für die Bücher dienen; der Clou sind die Kuben, die für die Raumaufteilung sorgen.



WELLNESS- ABC

Hydro- und Aromatherapien, türkische Dampfbäder und Thai-Massagen, Schönheitsrituale und Wellnesszeremonien. Ein Leitfaden durch das Wohlfühluniversum.

VON STEFANIE BISPING
ILLUSTRATIONEN VON EVA VASARI/CAROLINESEIDLER.COM



A lgen

Herzstück der Thalassotherapie. Algen stärken die Abwehrkräfte, fördern die Zellerneuerung und wirken regenerierend und straffend. Ein Kilogramm enthält Aminosäuren, Mineralsalze, Spurenelemente und Vitamine aus 100.000 Litern Meerwasser. Vor allem an der französischen Atlantikküste wird die Eier legende Wollmilchsau der Beauty- und Wellnessindustrie gezüchtet, getrocknet und pulverisiert, um ihren Weg in die Spas der Welt anzutreten. Dort landet sie in Sprudelbädern, Peelings und entgiftenden Packungen.

B lüten

Ein Fußbad in duftenden Frangipaniblüten ist nicht die schlechteste Art, zur Ruhe zu kommen. In den Spas Südasiens bildet es den Auftakt vieler Wellnessrituale. Lotusblüten, so rein wie das Leben derer, die die Lehrsätze Buddhas befolgen, liegen auf Kopfkissen, Handtüchern und in den Wasserscheiden, auf die man bäuchlings auf dem Massagebett liegend blickt. Sie erinnern daran, wohin die Reise geht: zur Reinigung von Körper und Geist.

C hakra

Die sieben Chakren befinden sich an zentralen Stellen vom Scheitel abwärts entlang der Wirbelsäule bis zur Körpermitte. Diese Energiezentren sind durch Kanäle mit bestimmten Organen verbunden und werden zudem geistig-seelischen Zuständen zugeordnet. So sieht man es in diversen Lehren Südasiens, von denen -> Yoga hierzulande die bekannteste ist. Fließen die Energien frei, ist alles gut. Sind die Kanäle blockiert, können Kräuter, Aromen und Yoga helfen. Ihr Yogalehrer kennt die Asanas, auf die Sie sich konzentrieren sollten.

spannten Körpern und müden Füßen mit Massagen Erste Hilfe bietet. Auch in Beauty-Notfällen weiß man Rat: Mit Blitzpediküren und Augenbrauenformung wird der Gast hier schnell vorzeigbar gemacht.

E tikette

Bademantel und Frotteeschlappen sind die Uniform des Spa-Gastes. Alles andere bleibt im Spind, auch Schmuck – und das Handy. Es wird im Spa so gern gesehen wie eine offene, entzündete Wunde. Das kleine Zellstoffding im Schrank ist ein Einmal-String, der die großflächige Verteilung von Öl auf dem Körper eher verträgt als die eigene Leibwäsche. Wer auf ihn verzichtet, verliert ein letztes Stück Privatsphäre und riskiert den Unmut des Personals.

D ay Spa

Es muss nicht immer gleich ein Wellnessurlaub sein. Manchmal reicht schon eine kleine Flucht aus dem Alltag. Dafür gibt es das Day Spa, das in Städten und an Flughäfen ver-

Fango

Morgens Fango, abends Tango, lautet einst die Glücksformel für den Kuraufenthalt. Auch ohne Tanztee ist die wohltuende Wirkung von mineralischem Heilschlamm torfigen und vulkanischen Ursprungs unumstritten. Auf 40 bis 50 Grad erwärmt, wird er für Packungen und Massagen genutzt. Dick auf den Körper aufgetragen versorgt er die Haut mit Mineralien und wirkt positiv auf Stoffwechsel, Nervensystem und Zellenfunktionen sowie schmerzlindernd bei Rückenproblemen.

Ganzkörper-massage

Herz und Seele aller Spa-Rituale. Schwedische oder ayurvedische Massage, zwei- oder vierhändig, mit oder ohne Öl, mit viel Druck oder wenig, 30, 60 oder 120 Minuten – der Spa-Besuch beginnt mit Entscheidungen. Wer sich überfordert fühlt, fragt nach dem „Signature Treatment“. Das ist die Spezialität des Hauses.

Hamam

Türkisches Dampfbad. Temperatur: 50 Grad. Luftfeuchtigkeit: 65 Prozent. Der Hamam-Meister greift zum Kissenbezug, schäumt ihn mit Seifenwasser ein und füllt ihn durch Schwenken mit Luft, sodass er sich aufbläht wie ein Windbeutel. Dann streicht er ihn über den Körper des Gasts, auf dessen Rücken sich ein Schaumberg bildet. Die weitere Behandlung mit einem Seiden- oder Ziegenhaarhandschuh (Kese) hat peelende Wirkung und bringt die Durchblutung in Schwung. Der Hamam-Meister schrubbt, massiert, streckt und dehnt. Zur Entspannung geht es auf den beheizten Nabelstein, Symbol fürs Universum.

Ingwertee

Im Entspannungsbereich wartet der Gast bei einer Tasse Ingwer- oder Kräutertee, bis der Therapeut ihn ins Allerheiligste führt. Nach der Massage gibt es noch ein Tässchen. Hat der Gast dank einer weiteren Dosis Ingwer den Weg zurück ins Leben gefunden, darf er zur Tiefenentspannung zurück in den Liegestuhl.

Jasminduft

Ambiente ist der halbe Wellnesserfolg. Gedämpftes Licht, entspannende Musik und der süße Duft von Jasmin sind perfekte Wegbereiter für eine gelungene Flucht aus dem Alltag. Ist dann auch noch das Massagebett beheizt, fehlt zum Wohlbefinden nur noch die perfekte ->Ganzkörper-massage.

Körper-peeling

Kaffeebohnen, Meersalz, Sandelholz, Zucker – den Zutaten exotischer Körperpeelings sind kaum Grenzen gesetzt. In den Spas besserer Hotels scheut man keine Mühe, Treatments auf Basis landestypischer Produkte ausfindig zu machen oder zu kreieren. Nach dem Körperpeeling ist die zartgeschmirgelte Haut bereit, die Zutaten einer Körperpackung aufzunehmen. Während Ihre Haut Honig, Kakao- oder Ziegenbutter aufsaugt, machen Sie warm verpackt ein erholsames Nickerchen.

Lomi Lomi Nui

„Einzigartiges starkes Drücken“, bedeutet der Name der traditionellen Massage Hawaiis auf Deutsch. Einst wurde sie als Heilbehandlung, bei Priesterweihen und Initiationsriten von Schamanen ausgeführt, noch heute wird die Ölmassage mit einem Gebet begonnen. Der Druck von Händen, Unterarmen und Ellenbogen des Therapeuten – bisweilen sind gleich zwei am Werk – sorgt für Tiefenentspannung und Gelenkentlastung; zwischendurch werden Arme und Beine gestreckt und gedehnt. Das Ganze dauert zwei Stunden. Gefühlte Wiedergeburt inklusive.





Meerwasser-therapie

Schon die alten Griechen glaubten an die heilende Kraft von Meerwasser, Algen, Schlick, Sand und Seeluft. Ihr Wort für Meer (Thalassa) gab der Therapie den Namen. Seither hat sich aus den frei verfügbaren Schätzen der Natur im Verein mit Hightech-Ausstattung und qualifizierter Betreuung eine Industrie entwickelt, die aufgrund ihrer Kostenintensität in Luxushotels ein natürliches Habitat gefunden hat. Echte Thalassotherapie findet unmittelbar hinterm Spülsaum statt. Drei Meerwasseranwendungen pro Tag über mindestens eine Woche sind Pflicht.

Naturprodukte

Ohne Naturprodukte geht es nicht: Von Aloe vera über Hagbutte, Honig, Papaya und Oliven bis zu Zitronen bilden landestypische und exotische Früchte die Basis von Peelings, Packungen, Facials und Massageölen. Motto: Was innerlich gesund ist, kann auch äußerlich nicht schaden.

Oliventherapie

Entgiften, straffen, vitalisieren und Fett reduzieren – all das kann die kleine schwarze Frucht. Hochwertiges Olivenöl pflegt trockene Haut, macht sie elastischer und lässt Narben verblassen. Außer Öl, das für Massagen genutzt wird, finden granuliert Kerne und zerstoßene Blätter in Packungen und Peelings Verwendung.

Paar-behandlung

Mit benachbarten Massagebetten werden Paare ins Spa gelockt, die es keine Minute ohne einander aushalten. Allerdings teilen Verliebte hier nur die Erfahrung, denn Kommunikation ist nicht vorgesehen. In der Paar-Suite liegen sie Seite an Seite, den Blick zu Boden oder zur Decke gerichtet. Nach dem Treatment geht es immerhin gemeinsam ins Blubber- oder Blütenbad.

Qigong

Chinesische Meditationsform, zu der auch Atem- und Bewegungsübungen gehören. Ihr Ziel, Körper und Geist gleichermaßen zu kultivieren, sollte jeden motivieren. Nebenbei werden die Energieströme im Körper reguliert.

Rücken

Die Schwachstelle westlicher Zivilisation steht im Mittelpunkt vieler Wellnesskonzepte. Manchmal führt der Weg zur Linderung der Beschwerden über die Entbehrung. Eben noch schlürfte man heißen Tee und fühlte sich gut, da balanciert einem schon ein – immerhin von Seilen gehaltener – Therapeut über den Rücken. Tarzan-Rope-Massage nennt man diese Behandlung in Singapur. Ihre Wurzeln hat sie in archaischer indischer Kampfkunst. Sie entspannt den Rücken und verbessert den Fluss der Energieströme.

Shirodhara

Wichtiger Pfeiler der indischen Heilkunst Ayurveda. Wie das Wort –> „Chakra“ stammt auch „Shirodhara“ aus dem Sanskrit, der Sprache der indischen Brahmanen. Beim Stirnguss wird 20 bis 30 Minuten lang warmes Öl auf die Stirn geträufelt, was stresslösend wirkt. Wundern Sie sich also nicht, wenn bald auch die Tränen in Strömen fließen. Anschließend fühlen Sie sich befreit.

Thai-Massage

„Wenn ein Mensch in Siam krank ist, lässt er seinen Körper von jemandem, der darin geübt ist, bearbeiten. Dieser macht sich über den Kranken her und trampelt ihn unter seinen Füßen“, meldete der französische Gesandte Simon de la Loubère im 17. Jahrhundert beunruhigt nach Paris. So rabiat fällt die Thai-Massage heute nicht mehr aus. Über Druck und Dehnung entlang der Sen-Linien (Energienlinien und -felder im Körper) wird der Körper in einen Zustand der Balance gebracht. Zugleich wirkt die Massage aufs Tiefengewebe ein. Sie regt den Energiefluss an, beseitigt Verspannungen, fördert Durchblutung und Stoffwechsel und baut Stresshormone ab.

Unter- tauchen

In Spa-Oasen kann man abtauchen wie im Kloster: der Welt entsagen, schweigen, sich besinnen. Verzicht auf Alkohol und üppige Mahlzeiten werden jedoch mit weniger Nachdruck durchgesetzt. Auch muss man im Wellnessresort weder beten noch arbeiten, was die hohen Preise erklärt. Wer sich dem Stundenplan eines Wellnessresorts unterwirft, das seine Mission ernst nimmt, wird versorgt wie ein Kleinkind. Der völligen Aufgabe von Eigenverantwortung folgt ein schrittweiser Aufbau der Kräfte, bis der Gast gestärkt in die Welt entlassen wird.

Vichy- Dusche

Alles Gute kommt von oben – hier ist es Wasser. Aus mehreren Duschköpfen über dem Massagebett ergießt es sich auf den Gast wie sacht fallende Regentropfen, die den Körper beleben und den Geist entspannen. Richtung und Intensität der Regenfälle werden so eingestellt, dass der Kreislauf in Schwung kommt. Der Effekt ist der einer leichten Ganzkörpermassage. Seinen Ursprung hat das Instrument zur Meerwassermassage im französischen Vichy.

Wohlduft

Das Licht ist gedämpft, es duftet nach Bergamotte und Rosenblüten – oder nach Weihrauch. Nicht nur bei der Aromatherapie sind Düfte von zentraler Bedeutung. In Asien ist der Wohlduft beim Ritual im Spa so unerlässlich wie bei religiösen Zeremonien. Also: Augen schließen, schnupfern und entspannen.

Xylofonklänge

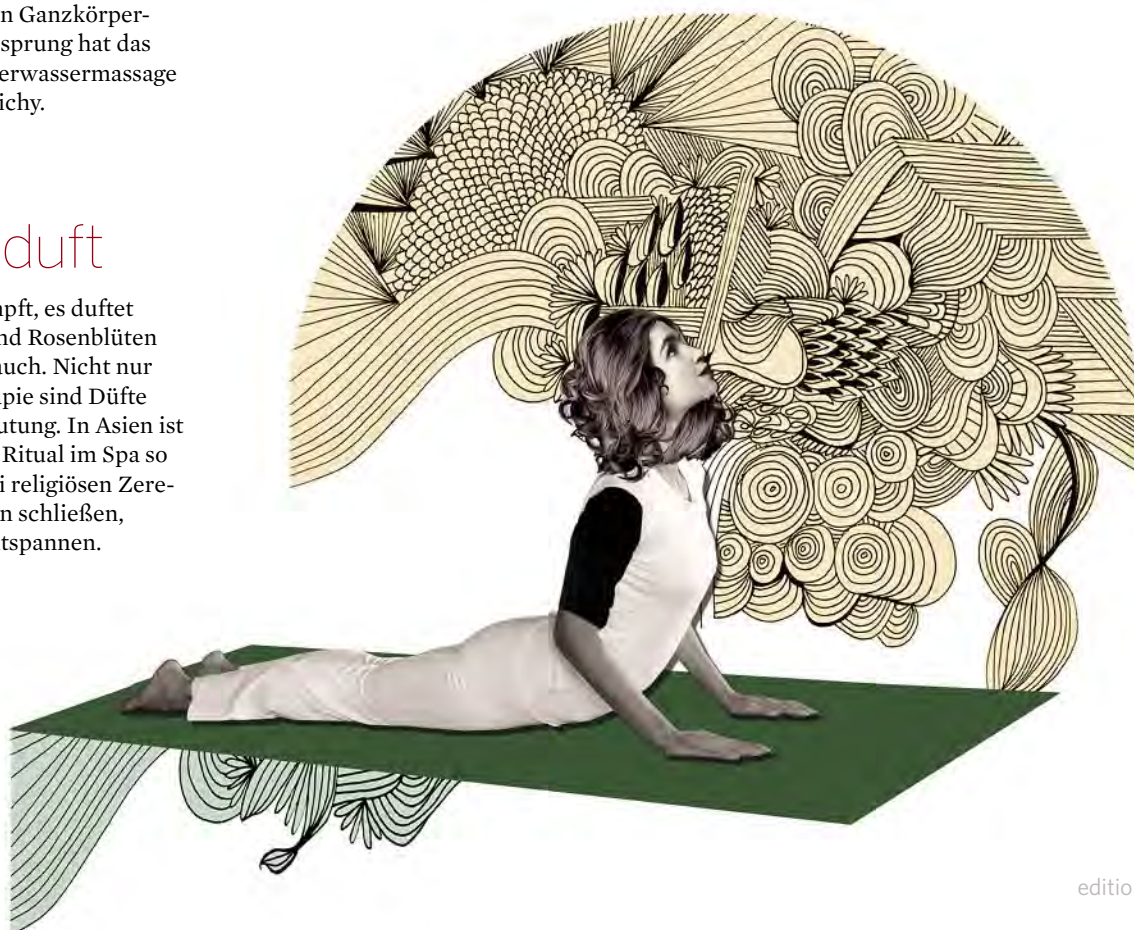
Ein Spa ohne Musik ist wie ein Frühling ohne Mai. Beliebte sind sphärische Klänge, die friedliches Dösen erlauben. Anders die ebenfalls populäre akustische Untermalung durch Popmusik oder Panflöten. Sie ist geeignet, den Spa-Gast je nach Disposition mürbe bis aggressiv zu machen. Zurückhaltend soll alle Musik im Spa sein und dennoch aus der Welt führen. Denn nicht nur auf Bali ist es schön, den fernen Klängen eines Xylofons zu lauschen. Es entspannt auch in Berlin.

Yoga

Ideale Körperertüchtigung für Wellnessfans. Yoga ist nicht Sport, sondern Lebensstil. Wer täglich den Morgen grüßt, braucht keine Massage, darf aber trotzdem ins Spa. Denn auch wenn Körper, Geist und Seele sich bereits in Einklang befinden, kann Fassadenpflege nicht schaden. Yoga bedeutet Wellness, und Wellness lässt sich durch Yoga zum ganzheitlichen Wohlgefühl vertiefen.

Zertifizierung

Wer je mit den Worten „Und dies sind unsere Badewannen“ in den Wellnessbereich eines Hotels geführt wurde, weiß, dass sich hinter dem Wort „Spa“ sehr unterschiedliche Konzepte verbergen. Im deutschsprachigen Raum sorgt das Zertifikat des Deutschen Wellness Verbands für Orientierung. Seriöse Unternehmen reglementieren sich häufig auch selbst. Die Gruppe der Leading Hotels hat ein externes Unternehmen damit beauftragt, ihre Spas zu testen und ihnen gegebenenfalls ein Gütesiegel zu verleihen. Weil „Thalassotherapie“ kein geschützter Begriff ist, schließen sich ambitionierte Kurbetriebe zu regionalen Verbänden zusammen, die Authentizität und Qualität gewährleisten.



Florence Welch.



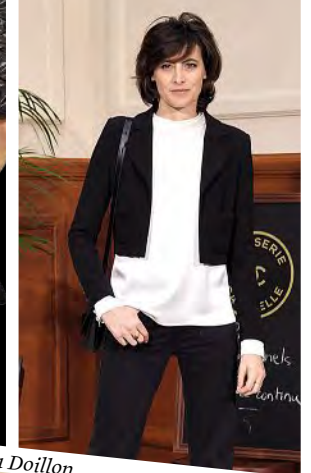
Poppy Delevingne.



Cara Delevingne, Baptiste Giabiconi.



Inès de la Fressange.



Stella Tennant.



Brasserie Chanel

Topmodel Cara Delevingne sitzt an der Bar, Baptiste Giabiconi serviert Kaffee und Karl Lagerfeld gibt den Gastgeber: Voilà, Chanel hat die Herbst/Winter-Kollektion 15/16 im Flair einer typisch französischen Brasserie inszeniert – mit Blazer, Bleistiftrock und Baguette.

Alessandra Mastronardi.



Lou Doillon.



Marie-Ange Casta.





WOHLFÜHLMOMENTE im Hotel & Spa Linsberg Asia****S

Nur 40 Minuten südlich von Wien gelegen
erleben Sie die Wohlfühlwelt der Therme Linsberg Asia.



PREMIUM SPA & DINE

- * 2/3 Nächte im Doppelzimmer inkl. HP
- * 1x 4-Gang Candle Light Dinner
- * -10% Ermäßigung auf eine Spa Behandlung Ihrer Wahl
- * Therme, Sauna & Hotel Spa

2 Nächte ab € 251,00 pro Person

KLEINE AUSZEIT

- * 1x Ganztages-Thermeneintritt (Mo - Fr)
- * 1x Linsberg Asia Individualmassage (25min)
- * Teilnahme am tagesaktuellen Bewegungs- & Entspannungsangebot

nur € 57,00 pro Person

Weitere Angebote für Hotel & Therme
finden Sie auf www.linsbergasia.at

DIE LEGENDE UNTER DEN IKONEN.



Portugieser Perpetual Calendar.
Ref. 5034: Schon immer übte der Mond eine unerklärliche Anziehungskraft auf die Menschen aus. Im Fall der Portugieser Perpetual Calendar ist das allerdings verständlich. Fasziniert sie doch mit einer Mondphasenanzeige, deren Doppel-Mondlaufdarstellung die nördliche und die südliche Hemisphäre anzeigt. In Kombination mit dem zeitlos eleganten Design der Uhr,

erklärt sich ihre Anziehungskraft fast von alleine: Legenden kann man nicht widerstehen. **IWC. ENGINEERED FOR MEN.**

Mechanisches IWC Manufakturwerk, automatischer Pellaton-Aufzug, 7-Tage-Gangreserve mit Anzeige, ewiger Kalender, ewige Mondphasenanzeige, entspiegeltes Saphirglas, Saphirglasboden, wasserdicht 3 bar, Durchmesser 44.2 mm, Alligatorlederarmband von Santoni

IWC Schaffhausen Boutique
Graben 12, A-1010 Wien
Telefon +43 1 512 12 20
iwcboutiquewien@bucherer.at
www.iwc.de

IWC
SCHAFFHAUSEN