

deluxe

Wirtschafts  Blatt

“
Nichts ist so gefährlich wie
das Allzumodernsein. Man
gerät in Gefahr, plötzlich aus
der Mode zu kommen
Oscar Wilde
”

8 * 2012 Gates Gedanken | Kates Karriere | Lynchs Liaison | Valentinos Vermächtnis



Schwarz-
arbeit*

*Karl Lagerfeld und Chanel's Little Black Jacket

ENTDECKEN
SIE SICH NEU



RENDEZ-VOUS NIGHT & DAY
Kaliber Jaeger-LeCoultre 967A

Die Rendez-Vous Night & Day ist eine perfekte Verbindung von stilvoller Eleganz mit traditioneller Uhrmacherkunst. Sie begleitet ihre Trägerin durch die verschiedenen Phasen ihres Lebens, in denen sich jede Frau fortwährend wandelt und sich dabei immer wieder neu entdeckt. Dieser Zeitmesser ist das Ergebnis der unerschöpflichen Kreativität der Manufaktur Jaeger-LeCoultre, deren Savoir-faire seit ihrer Gründung im Jahr 1833 kontinuierlich weiterentwickelt wird.

**JAEGER-LECOULTRE**

SIE VERDIENEN EINE RICHTIGE UHR

ladies.jaeger-lecoultre.com

BLACK BEAUTY

Kann sein, dass der Titel dieser Ausgabe einen Tick irreführend ist: „Schwarzarbeit“ haben wir auf das Cover notiert. „Schwarzarbeit“ – das klingt ein bisschen verrückt, einerseits, andererseits aber auch nach „an der Steuer vorbei“. Aber keine Sorge, wir vom WirtschaftsBlatt deluxe haben für diese Ausgabe keinesfalls unser Metier gewechselt und etwa den Steuergeheimnissen von Karl Lagerfeld hinterherrecherchiert. Bereits die Unterzeile am Cover verrät: Bei der Titelgeschichte dreht sich alles um Coco Chanel's kleine schwarze Tweedjacke, der Karl Lagerfeld mit einer Ausstellung ein Denkmal gesetzt hat. Wir haben die Schau zum Anlass genommen, auch mit Bruno Pavlovsky zu plaudern. Wer das ist? Chanel's Modedirektor und somit genau genommen Karl Lagerfelds Chef. Doch eigentlich geht es in dieser WirtschaftsBlatt deluxe-Ausgabe um Frauen; um Frauen in ihrer Ganzen epischen Bandbreite. Wir haben Melinda Gates, die größte Wohltäterin der Welt, genauso interviewt wie das amerikanische Fotografie-Wunderkind Olivia Bee, wir haben mit Sarah Doukas über ihre Entdeckung Kate Moss gesprochen und mit Bondgirl Berenice Marlohe, und wir stellen die Klitschkos der Pariser Mode vor, natürlich ein Geschwisterpaar. Und weil es so viele unterschiedliche Frauentypen, so viele unterschiedliche Frauengeschichten gibt, haben wir dem auch auf dem Cover Rechnung getragen. Streng gedrittelt haben wir die Auflage dieser Ausgabe – und jedes Drittel ziert eine andere starke Frau: Mal ist sie bekannt wie Sarah Jessica Parker, mal exalziert wie Daphne Guinness und mal schön wie Natalia Vodianova; mit der gut gearbeiteten kleinen schwarzen Jacke. Schwarzarbeit eben. Professionell gearbeitet, und zwar vom Meister persönlich. Eine schöne Ausgabe wünscht

ALEXANDER PFEFFER
CHEFREDAKTEUR WirtschaftsBlatt deluxe



deluxe-iPad-Edition
zum Download:

Audiofiles > Thomas Glavinic liest seine Kolumne „Naomi, Cindy und Thomas“ vor.

Videofiles > Bewegte Bilder von der Ausstellungseröffnung „Little Black Jacket“ mit Karl Lagerfeld.

Fotos > Alle Fotos von Michel Comte für den Carl Zeiss Kunstkalender.

Mehr Infos > Weitere Links, Informationen und Bilder zu den Storys.



<http://www.facebook.com/WirtschaftsBlattDeluxe>

DREI COVERS



Einmalig, dreimalig Coco Chanel's kleiner schwarzer Jacke hat Karl Lagerfeld ein Denkmal gesetzt und sie mit 113 Persönlichkeiten inszeniert. Wir hatten also bei der Suche nach dem besten Coverfoto die Qual der Wahl, um Ihnen nun ein aufregendes Trio präsentieren zu können.

DREI AUSZEICHNUNGEN



Drei „Awards of Excellence“ konnte WirtschaftsBlatt deluxe beim diesjährigen European Newspaper Award in der Kategorie Magazine gewinnen. 232 Medienunternehmen nahmen teil und wurden von einer internationalen Jury aus Designern und Journalisten bewertet.

WirtschaftsBlatt deluxe Medieneigentümer, Herausgeber, Verleger WirtschaftsBlatt Medien GmbH, Anschrift: Hainburger Straße 33, 1030 Wien, Telefon: 01/60 117-0, Redaktion: DW 305, Fax 259, **Vorsitzender der Geschäftsführung** Dr. Michael Tillian, **Geschäftsführung** Mag. Herwig Langanger, **Chefredakteurin** Dr. Esther Mitterstieler, **Redaktion** Alexander Pfeffer (Leitung), Yasmin El Mohandes, Mag. Christoph Pridun, **Anzeigen** Projekt- und Anzeigenleitung: Heidi Khadjawi-Nouri, DW 433, Mailadresse: deluxe@wirtschaftsblatt.at (Anzeigenabteilung), Druckunterlagenübermittlung: anzprod@wirtschaftsblatt.at, **Produktion** Leitung: Alexander Puff, Art-Direction: Mag. Jan Schwiager, Fotoredaktion: Yasmin El Mohandes, Litho: Theresia Öhler, Hersteller: Neografia a.s., Škultétyho 1, 036 55 Martin, Slowakei, Tel: +421 43 4201 243, Fax: DW 712, repro@neografia.sk, www.neografia.sk, **Web** www.wirtschaftsblatt.at, **Bankverbindung** BA-CA 09494402200, BLZ 12000. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten. Gerichtsstand ist Wien. WirtschaftsBlatt deluxe erscheint achtmal im Jahr mit der Freitag-Ausgabe des WirtschaftsBlatt. **Offenlegung gem. § 25 MedienG.** <http://www.wirtschaftsblatt.at/impressum> **Nächste Ausgabe: Freitag, 29.3.2013**



KONTAKT: +49 (0) 91 23 97 15 0
INFO@THOMASSABO.COM




Thomas Sabo

STERLING SILVER

WIEN | SALZBURG | GRAZ | INNSBRUCK | LINZ

WWW.THOMASSABO.COM



WOHNEN
IM STADT-
PALAIS

EIGENTUM /
RESIDENZEN

AB 150 M²



JP IMMOBILIEN



H

PALAIS
HERZMANSKY

WIEN 7
LINDENGASSE 10



VERMARKTUNG UND VERKAUF
+43 1 596 60 20 WWW.JPI.AT



12 Veni, Vidi, Valentino

Designerlegende Valentino feiert seinen 80er und schickt die Besucher seiner Ausstellung „Master of Couture“ über den Laufsteg.

14 Naomi, Cindy und Thomas

Das sind ja schöne Neuigkeiten: Unser Autor Thomas Glavinic verrät, dass auch er einmal Model werden wollte.

16 Das Neueste zur Zeit

Beim Genfer Uhrensalon werden 2013 die Neuheiten der Haute Horlogerie vorgestellt. Wir zeigen heute die Modelle von morgen.

18 Cocktail mit Karat

Es gibt Anlässe, für die der Ring einer Frau gar nicht groß genug sein kann: neun Cocktailringe, die Sie sehen sollten.

20 Gute Tasche, gute Tat

Schauspielerin Charlotte Gainsbourg will etwas gegen Brustkrebs tun - und ist dabei auf die Tasche gekommen.

22 Directed by David Lynch

Regisseur David Lynch sorgt für Prickeln. Diesmal aber nicht mit einem schaurig-düsteren Film, sondern mit Champagner.

24 Lagerfelds Chef

Alle kennen Karl Lagerfeld, nur wenige Bruno Pavlovsky - und das, obwohl er genau genommen sein Chef ist. Ein Gespräch.

34 Karl mag Kurven

Bei Models gilt Karl Lagerfeld als Verfechter der geraden Linie. Nun hat er ein Projekt, bei dem sich alles um Kurven dreht: Rolls-Royce.

36 Kleider machen Film

Von Chaplins „The Tramp“ bis „Avatar“: Eine Ausstellung in London zeigt 130 der wichtigsten Filmkostüme der letzten 100 Jahre.

42 Das Supermodell

Was hat Kate Moss, was andere nicht haben? Zum 25-jährigen Dienstjubiläum haben wir bei Entdeckerin Sarah Doukas nachgefragt.



Something Perfect, Wrapped In Blue

TIFFANY-DIAMANTEN

TIFFANY & Co.

LEGENDARY FOR 175 YEARS

WIEN KOHLMARKT 8-10 01 53 53 950
TIFFANY.COM

84



92



50

50 Die Klitschkos der Pariser Mode

Sandro und Maje, zwei französische Marken, kämpfen in derselben Gewichtsklasse. Ihre Gründerinnen sind Schwestern.

56 Trends

An das Jahreshoroskop von 2013 glauben wir nicht, an die Trendprognosen von Modeexpertin Brigitte Winkler schon.

62 Shooting-Star

Olivia Bee hat die Titelstrecke des Hermès-Magazins fotografiert - und das mit 18. Ein Gespräch mit dem Wunderkind.

66 Liebesgrüße aus Shanghai

Im neuen Bond „Skyfall“ dreht sich zunächst alles um Shanghai - und dann um sie: Schauspielerin Benicé Marlohe über die Metropole.

68 Tokio, jetzt

Japans Hauptstadt ist eine der spannendsten Metropolen der Welt. Was muss man wissen über die Stadt? Ein Kurz-Alphabet.

76 Die größte Wohltäterin der Welt

Melinda Gates hat mit ihrem Mann Bill 25 Milliarden Dollar gegen Armut und Krankheiten ausgegeben. Ein Gespräch.

84 Daheim mal ganz woanders

Menschen können zunehmend ihre Arbeit in einem anderen Teil der Welt erledigen. Angeleika Taschen über ihr digitales Nomadentum.

90 Stille Nacht, dufte nacht

Wen wir in diesem Winter gut riechen können? Jasmin auf alle Fälle. Neun olfaktorische Anregungen.

92 Distanz, die nahe geht

Carl Zeiss macht nicht nur Objektive, sondern ganz objektiv schöne Kalender. Für 2013 wurde Starfotograf Michael Comte engagiert.

98 Beauty-Upgrade

Richtigen Duft finden, trendigen Shop aufspüren und mit Schuhen spielen: Mit diesen fünf Apps lässt sich schön die Zeit vertreiben.

FOTOGRAFEN DIESER AUSGABE



Drew Barrymore

Hollywoodschauspielerin Drew Barrymore in einer ungewohnten Rolle: Statt vor der Filmkamera stand die 37-Jährige hinter der Fotokamera: Sie lichtete

ihre Kollegin Charlotte Gainsbourg mit Tommy Hilfigers BHI-Tasche ab. Mit dieser Kampagne wird „Breast Health International“ geholfen, einer Non-Profit-Organisation, die Brustkrebsforschung unterstützt. (Seite 20)



Karl Lagerfeld

Seit 1987 pflegt Modedesigner Karl Lagerfeld auch seine Leidenschaft für Fotografie. Seine Bilder waren bereits mehrfach in Ausstellungen zu sehen -

von der Langen Foundation in Neuss bis hin zum Museum Bramante Cloister in Rom. Aktuell ist seine Schau „The little black Jacket“ in Berlin zu bewundern. Wer sich gleich ein Bild machen will, blättert auf Seite 24 - oder betrachtet einfach das Coverfoto.



Michel Comte

Der Schweizer Fotograf machte sich vor allem einen Namen mit seinen Portraits von Stars wie Sharone Stone, Demi Moore und George Clooney. Comte, dessen Film „Madame Butterfly“ 2013 in die Kinos kommt, inszenierte

für den renommierten Zeiss Kunstkalender die Geschichte zweier Liebenden. In den Hauptrollen: die Hollywoodstars Patrick Dempsey und Rinko Kikuchi. (ab Seite 92)

Power to celebrate

Holen Sie sich bis zu € 300 Weihnachtsbonus zurück. Aktion gültig vom 1.11.2012 bis zum 20.1.2013 beim Kauf ausgewählter Canon Objektive und Blitzgeräte sowie auf EOS 60D und EOS 7D. Es gelten die Canon Teilnahmebedingungen.

BIS ZU
€ 300
CASH BACK
canon.at/cashback



you can



EF80
million

Canon

VENI, VIDI, VALENTINO

Er hat mehr als 130 Haute-Couture-Roben kreiert, er hat Julia Roberts' schwarzes Oscar-Kleid geschneidert und er hat Stars wie Grace Kelly, Jackie Kennedy Onassis und Sophia Loren in feinstes Tuch gehüllt – jetzt schickt er Sie über den Laufsteg: Die Rede ist von Valentino und seiner großen Ausstellung „Master of Couture“ im Londoner Somerset House. Bestaunt werden die Stücke nämlich aus einem ganz besonderen Blickwinkel: Die Besucher gehen dabei über einen 60 Meter langen Catwalk – und schauen wie ein Model auf das Publikum, das ebenso in Valentino-Entwürfen gewandet ist. Für Valentino Clemente Ludovico Garavani, so der volle Name des Meisters, ist die Schau eine Art Präsent: Er wurde heuer 80. Erst vor vier Jahren zog er sich aus dem Unternehmen zurück.
www.somerset-house.org.uk



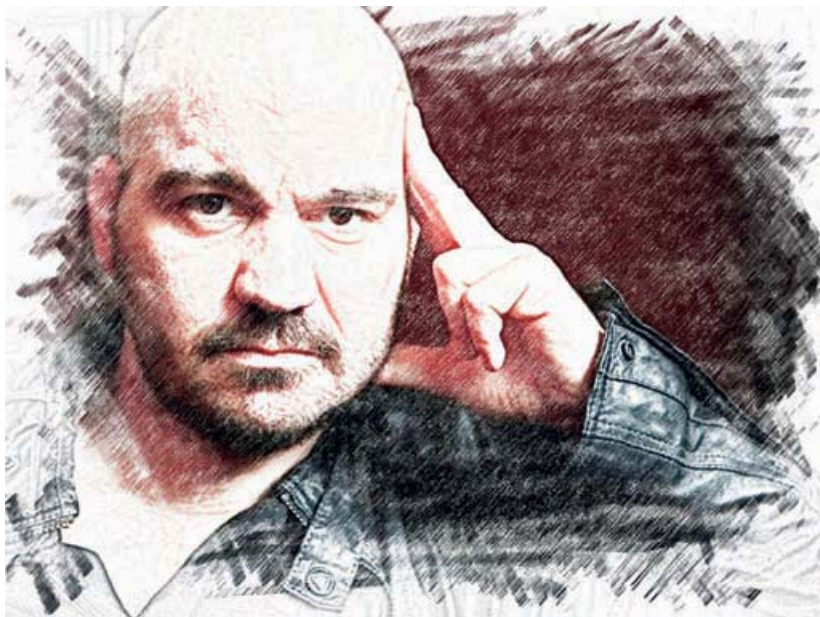
UNGLAUBLICH REISEN

REDAKTION: ALEXANDER PFEFFER



NAOMI, CINDY UND THOMAS

Das sind ja schöne Neuigkeiten: Unser Autor **Thomas Glavinic** verrät, dass auch er einmal Model werden wollte.



„Erstaunlich, welche Leute sich für Modeljobs geeignet halten, da sind ja noch schlimmere Lemuren als ich darunter“

Bei der Erinnerung an meinen ersten und letzten Modeljob bricht mir heute noch der Schweiß aus. Ich war schon mit zwanzig sehr faul, lebte aber hochgradig verschwenderisch, weswegen irgendwann feststand, dass mehr Geld ins Haus musste. Für so jemanden ist Modellstehen der ideale Job. Man sitzt oder steht rum, tut also nichts, und wird dafür auch noch bezahlt. So stellte ich mir zumindest damals die Angelegenheit vor, und als ich eine Anzeige in der Lokalzeitung las, für einen Malkurs würden weibliche und männliche Models gesucht, fuhr ich sofort zur angegebenen Adresse und ließ mich gewissermaßen begutachten. Dies wagte ich allerdings nur, weil in der Annonce ausdrücklich erwähnt wurde, das Model müsste keine besonderen äußerlichen Merkmale haben. Wenn die Latte so niedrig gehängt wird, gelingt es sogar einem schüchternen, aber wie gesagt faulen und geldgierigen Men-

schen, sich einer solchen im Grunde eher entwürdigenden Prozedur auszusetzen.

Jedenfalls wurde ich akzeptiert. Ich war sehr stolz. Eine Woche vor dem Termin wurde ich zunehmend von Panik ergriffen, da ich befürchtete, es könnte sich um einen Kurs in Aktzeichnen handeln. Ein paar Tage später wurde der Kurs abgesagt. Seither habe ich mich nirgends mehr beworben. (Und ehrlich gesagt habe ich einige Jahre lang die Theorie gehegt, der Kurs hätte sehr wohl stattgefunden, man hätte es bloß nicht übers Herz gebracht, mir mitzuteilen, dass man ein optisch akzeptableres Modell gefunden hätte. Solche Sorgen hat man mit Anfang zwanzig. Irgendwie putzig.)

Es ist erstaunlich, welche Leute sich für Modeljobs geeignet halten, da sind ja noch schlimmere Lemuren als ich darunter. Ich hatte einmal das Vergnügen, den Posteingang einer Modellagentur sichten zu dürfen, und obwohl man ja nicht gemein und hämisch sein sollte, zählt diese Stunde doch eher zu den heiteren meines Lebens. Man könnte diese Träumer mit den Kandidaten von Castingshows vergleichen, die felsenfest überzeugt sind, vor einer großen Karriere als Sänger zu stehen, obwohl sie keinen einzigen Ton treffen, was gemäß aller Wahrscheinlichkeitsrechnungen ja fast schon wieder eine Kunst ist. „In meinem Freundeskreis stößt mein Äußeres auf Anklang“, steht da im Begleitschreiben, und dann sehen Sie das Foto eines Menschen, der aussieht wie eine Mischung aus Margarete Maultasch und Pol Pot. Man fragt sich, wie der Freundeskreis aussieht. Aber egal.

Supermodels gibt es ja leider nicht mehr, zumindest sind keine neuen mehr nachgekommen, dieses Phänomen war irgendwann zu Ende. Mich stört es nicht; ich freue mich zwar wie wohl die meisten, wenn ich einen schönen Menschen ansehen kann, aber ich finde solche Frauen in der Regel einfach nicht besonders schön. Für mich sind Frauen mit Ausdruck schön, mit erotischer Ausstrahlung, solche, denen man ansieht, dass sie etwas im Kopf haben, und Models fallen nicht besonders oft unter diese Kategorie. Das meine ich nicht böse, sie haben schlichtweg eine andere Aufgabe, sie sollen ein Produkt verkaufen, und dazu ist ein Charaktergesicht wohl eher hinderlich. Models müssen von glatter Schönheit sein. Insofern ist mir vermutlich für alle Zeiten eine Modelkarriere verbaut, denn mir kann man viel nachsagen, aber ganz bestimmt bin ich keine glatte Schönheit. Aber gut, es gibt Schlimmeres. Stellen Sie sich vor, Sie stehen morgens auf, schauen in den Spiegel und sehen Charles Manson.

✦
PALIDO
JUWELEN



DAS MAGISCHE DATUM

12.12.12

Am 13.13.2013 ist es zu spät, das letzte magische Datum für eine wirklich einzigartige Liebeserklärung zu nützen.



DAS NEUESTE ZUR ZEIT

Beim Genfer Uhrensalon werden Anfang 2013 die Neuheiten der Haute Horlogerie vorgestellt. Wir zeigen heute schon die Modelle von morgen. VON ALEXANDER PFEFFER



2



3



4



5

01 Jaeger-LeCoultre Rendez-Vous

Das neue Damenmodell Rendez-Vous kann tagsüber am Handgelenk und abends an der Clutch von Valextra getragen werden.

02 Baume & Mercier Linea

Die Schweizer Marke adaptiert ihre Linea-Kollektion: Das mechanische Werk ist etwa dank gläsernem Gehäuseboden sichtbar.

03 Parmigiani Tonda 1950

Die 2010 eingeführte Tonda 1950 bekommt jetzt eine neue Damenversion – die Lünette ist mit 84 Diamanten besetzt.

04 Piaget Limelight Gala

Die 60er-Jahre standen Pate für dieses neue Piaget-Modell. Es ist aus 18 Karat Weißgold und mit 62 Brillanten besetzt.

05 Roger Dubuis Excalibur 36

672 Diamanten (rund 4,78 Karat) lassen die Excalibur 36 mit Mechanikwerk und Automatikaufzug aus Rotgold erstrahlen.

PANERAI.COM



DESIGN AND **TECHNOLOGY.**

LUMINOR 1950 8 DAYS GMT - 44MM

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

Exklusiv erhältlich in Panerai Boutiquen und im autorisierten Fachhandel.

Kostenlose Hotline: 00800 - 00 400 400

COCKTAIL MIT KARAT

Es gibt Anlässe, da kann der Ring einer Frau gar nicht groß genug sein. Nein, damit ist nicht die Hochzeit gemeint. Neun Cocktailringe, die Sie sehen sollten.

VON YASMIN EL MOHANDES





01 Bulgari

High Jewellery-Ring von Bulgari aus 18 Karat Weißgold mit Perlmutter, pinkem Spinell (8,29 Karat), Diamanten und Diamant-Pavé (1,75 Karat). *Preis auf Anfrage*

02 Cartier

Cartier launcht neue Cocktailringe aus der Trinity Colors-Kollektion. Im Bild: „Trinity Ruban“ mit Aquamarin, Weißgold und Diamanten. *Preis: 39.300 €*

03 Louis Vuitton

Schmucke Reise: Ring „Dentelle de Monogram“ aus Weißgold, Diamanten und Saphir aus der „Voyage dans le temps“-Serie von Louis Vuitton. *Preis: 138.000 €*

04 Von Köck

The Deep Blue: Dieser Cocktail-Ring aus 18 Karat Weißgold mit Topas und Smaragden ist ein echter Hingucker; gesehen bei Juwelier Köck am Graben. *Preis 5.950 €*

05 Oliver Heemeyer

Außergewöhnliche Kreation aus der Schmuckwerkstatt von Oliver Heemeyer: „Blue Swan“ mit blauen Saphiren und Diamanten. *Preis: 12.750 €*

06 Palido

Kugelrund und Steinreich: auffälliger Brillant-Ring mit Kugelschließe; aus zwei Teilen bestehend. Schließe, *Preis: 9.990 €*; Ring, *Preis: 8.399 €*

07 Piaget

Meisterstück aus dem Hause Piaget: Ring in Weißgold mit 304 Brillanten und einem Rubellit im Kissenschliff (ca. 44 Karat). *Preis: ca. 148.000 €*

08 Montblanc

Glanz & Grazie: Ring „Pétales de rose“ in Weißgold mit Diamanten aus der Princesse Grace de Monaco-Kollektion von Montblanc. *Preis: 7.200 €*

09 Tiffany & Co.

Ein Haute Joaillerie-Highlight aus dem Traditionshaus Tiffany & Co.: Tansanit-Ring mit Diamanten, die in Platin gefasst wurden. *Preis 19.500 €*

GUTE TASCHE, GUTE TAT

Charlotte Gainsbourg will etwas gegen Brustkrebs tun und ist dabei auf die Tasche gekommen. Nicht von ungefähr, schließlich ist ihre Mutter, Jane, die Namensgeberin der Birkin-Bag von Hermès.

Konsumieren, um die Welt zu verbessern – für Schauspielerinnen, Sängerinnen und jetzt auch Taschenpatin Charlotte Gainsbourg ist das eine angemessene Strategie, um Dinge voranzutreiben. „Was zählt, ist, dass sich das Bewusstsein der Leute ändert. Und das ist in den letzten 20 Jahren ja geschehen. Früher war das Thema Brustkrebs beinahe tabu. Heute sind Mammografien eine Selbstverständlichkeit“, erklärte die 41-jährige Französin unlängst. Sie unterstützt die Kampagne von Tommy Hilfiger, der schon zum sechsten Mal die „BHI Bag“ lanciert. 300 € kostet sie, ein Drittel des Erlöses geht an „Breast Health International“ (BHI). Unterstützt wird die Kampagne heuer auch von Drew Barrymore; die Schauspielerin wechselte dafür ausnahmsweise hinter das Objektiv und fotografierte ihre Kollegin Gainsbourg, die die in Blau, Rot und Weiß gehaltene Tasche präsentierte. „Die meisten kennen jemanden, der von Brustkrebs betroffen ist. Wenn man mit einer solchen Krankheit zu tun bekommt, verändert das definitiv deine Perspektive. Das motiviert einen, persönlich etwas zu tun“, so Gainsbourg.



MONTBLANC TIMEWALKER CHRONOVOYAGER UTC



Die Anzeige einer zweiten Zeitzone nach koordinierter Weltzeit (UTC) macht diesen Automatik-Chronographen zum optimalen Begleiter für Vielreisende. In seinem 43 mm Edelstahl-Gehäuse mit satinierten Lünette und satinierten Drückern vereinen sich elegantes Design und traditionelle Uhrmacherkunst. 24-Stunden-Hilfszifferblatt samt Tag- und Nachtanzeige, zentraler Sekundenzeiger sowie Stundenanzeige für eine frei wählbare zweite Zeitzone. Hergestellt in der Montblanc Manufaktur in Le Locle, Schweiz. MONTBLANC.COM

© Montblanc®



THE MONTBLANC®
WORLDSECOND

DISCOVER THE UNIQUE WORLDWIDE PHOTO PROJECT
WORLDSECOND.MONTBLANC.COM

**MONT
BLANC** 



DIRECTED BY DAVID LYNCH

Hollywood-Regisseur **David Lynch** sorgt erneut für Prickeln. Diesmal aber nicht mit einem schaurig düsteren Film, sondern mit Champagner. Er inszeniert Dom Pérignon.

Es ist vielleicht nicht die erste Assoziation, die wir mit David Lynch, dem Regisseur von „Blue Velvet“ und „Twin Peaks“ haben, aber wenn wir weiterdenken, dann ergibt es durchaus Sinn. Denn was würde der Regisseur machen, wenn er uns nicht mit Filmen in eine andere Stimmung versetzen würde? Um unsere Stimmung würde es ihm in jedem Fall gehen, und was versetzt uns besser in Stimmung als Champagner? Und was besser als der beste Champagner? So gesehen ist es doch logisch, dass sich David Lynch nun mit Dom Pérignon zusammengetan und die Luxusmarke inszeniert. Sein Verpackungsdesign für Dom Pérignon Vintage 2003 und Rosé Vintage 2000 zeigt Reflexionen, die sich je nach Blickwinkel ändern. Seidenbänder an den Seiten verwandeln die Packung in ein kleines Theater, dessen Vorhang aufzuziehen ist, um das Innere der Box zu erkennen. Erst dann erscheint die von Lynch kreierte Silhouette der Flasche in mysteriösem Dämmerlicht. Die Entdeckungsreise zum Jahrgangschampagner kann beginnen...



Fotos: Hersteller



RIMOWA Flagshipstore VIENNA Neuer Markt 2 A-1010 Wien

TOPAS – HANDMADE MEETS HIGH-TECH. Seit seiner Einführung in den 1950er Jahren haben wir den legendären Aluminiumkoffer konsequent weiterentwickelt. Seine Grundformel ist geblieben: größte Qualität bis ins kleinste Detail. Deshalb führen wir viele der Montageschritte, in denen TOPAS, TOPAS TITANIUM und TOPAS STEALTH entstehen, nach wie vor per Hand aus.



Germany since 1898

www.rimowa.com



TOPAS Multivheel®



KARLS CHEF

Alle kennen Karl Lagerfeld, nur wenige **Bruno Pavlovsky** – und das, obwohl er genau genommen sein Chef ist. Anlässlich der Ausstellung „Little Black Jacket“ haben wir mit dem Chanel-Modedirektor über die weltberühmte Bouclé-Jacke gesprochen. Und ja, auch über Karl.



ü

ber die Geschäftszahlen sagt er lächelnd: „Die kenne ich gar nicht.“ Über die Besitzer der Marke: „Jeder Manager braucht einen Eigentümer.“ Und über den Chefdesigner: „Wir haben eine gute Beziehung.“ Bruno Pavlovsky, der Präsident der Modedepartmente von Chanel, ist eben die Diskretion in Person. Muss man auch mehr sagen über das Pariser Luxushaus? Und beantwortet der Erfolg nicht ohnehin alle Fragen?

Der erfolgreiche Ausflug einer großen Chanel-Mannschaft von Paris nach Berlin jedenfalls sagt schon einmal viel aus über eine gute Vermarktungsstrategie. Die Ausstellung „The Little Black Jacket“ bewegt – nach Tokio, New York, Taipeh, Hongkong, Moskau, London, Sydney und Paris – auch in der deutschen Hauptstadt die Fans. Allein zur Eröffnung im Bahnhof und Tunnel der U3 unter dem Potsdamer Platz kamen mehr als 1000 Gäste. Immerhin bekamen sie kurz Karl Lagerfeld zu sehen, der die Porträts von 113 Prominenten aufgenommen hatte, unterstützt von der Stilistin Carine Roitfeld, die ebenfalls angereist war.



Bevor die Ausstellung nach Seoul geht, schnell also noch ein paar Fragen an Bruno Pavlovsky. Die deutsche Hauptstadt scheint er interessant zu finden: „Jedes Mal soll es eine besondere Location sein. Aber so etwas wie das hier gibt es wohl nur in Berlin. Hier kann man ja sogar die U-Bahn-Station sehen“, sagt er und schaut durch den Tunnel, durch den schon längst die Bahnen fahren könnten. An den blanken Betonwänden sind nun die schönen Schwarz-Weiß-Fotos aufgereiht. Von Laetitia Casta bis Anna Wintour sind alle dabei, die in der Mode etwas zu sagen haben wollen. Die in Frechen geborene und in New York und Paris lebende Soulsängerin Ayo, die auch zu den Porträtierten gehört, erzählt, die Prominenten hätten regelrecht vor Lagerfelds Studio Schlange gestanden, bis sie an der Reihe waren.

Als Marketing-Aufwendung will Bruno Pavlovsky, obwohl als Betriebswirt fürs Geschäft der Chanel-Mode zuständig, die Wanderausstellung nicht verstanden wissen: „Es ist Teil der Kreativität der Marke.“ Aber klar ist, dass die öffentlichkeitswirksamen Events auch bei Chanel zugenommen haben. So zeigt die Marke inzwischen acht Kollektionen im Jahr – zwei Prêt-à-porter-, zwei Couture- und zwei Zwischenkollektionen, außerdem in den Präsentationen der „Métiers d'Art“ die Produkte der hauseigenen Handwerksateliers. Jeder Auftritt des Chanel-Chefdesigners Lagerfeld ist weitere Werbung. Und mit der Ausstellung huldigt man dem vielseitig einsetzbaren Chanel-Look, der durch die unpräzise Markengründerin Coco Chanel so angelegt wurde, dass er noch nach Jahrzehnten aktuell wirkt. Allein die weltberühmte Bouclé-Jacke erfindet Lagerfeld in jeder Saison 14 oder 15 oder 16 Mal neu. Alles bleibt anders: Den Sponti-Spruch erfüllt Chanel mit einem wiedererkennbaren Formeninventar, das immer wieder neu interpretiert wird.

D

ie Vielseitigkeit bedient Lagerfeld mit dem Unisex-Trend. Auch der Schauspieler und Schmuckdesigner Waris Ahluwalia, das Model Baptiste Giabiconi und der Modeschöpfer Olivier Theyskens tragen die Damenjacke. Dem gesellschaftlichen und modischen Großtrend entspricht auch die Parfümsparte des Luxushauses, die den Duft Chanel No. 5 jetzt mit Brad Pitt bewirbt – laut Mediaplanern allein in Mailand, wo einige Mitbewerber ansässig sind, mit mehr als 2000 Plakaten.

Der Mode, die Lagerfeld entwirft und die Pavlovsky vermarktet, kommt im Unternehmen eine besondere Rolle zu. Denn bei den Parfüms sowie in der Abteilung Uhren und Schmuck gibt es zwar dauernd Neueinführungen, aber öffentlichkeitswirksam ist vor allem die Mode mit den spektakulären Schauen – allein zum Prêt-à-porter sitzen rund 2000 Gäste unter dem großen Glasdach des Grand Palais. Pavlovsky will nicht angeben, wie viel Anteil die Modesparte am Gesamtumsatz hat – der ebenfalls unbekannt ist, aber mindestens in der Größenordnung von Hermès liegen dürfte, wo in diesem Jahr mehr als drei Milliarden € erwirtschaftet werden.

„Die Mode hat jedenfalls einen großen Aufschwung genommen in den letzten 15 Jahren“, sagt Pavlovsky. „Und wichtig ist, dass wir auf jedem Feld ein starker Faktor sind.“ Über das Wachstum insgesamt sagt er immerhin, es sei „sehr gut“. „Wir wollen nicht zu schnell wachsen. Wir sind da, wohin wir wollten.“ Die besondere Beziehung zur Kundin könne man vor allem „mit neuen Silhouetten und starken Bildern“ festigen.

Überhaupt liegt dem Manager viel an den 180 Chanel-Boutiquen in aller Welt – mehr als den meisten anderen Modemanagern, die sich zurzeit vor allem um den Onlineverkauf kümmern. „Der Fokus liegt auf jedem einzelnen Laden“, sagt Pavlovsky. „Wir werden nicht größer, nur um größer zu werden.“ Solche Zitate hört man nur von einem Manager, der nicht Private-Equity-Investoren oder den Finanzmärkten ausgeliefert ist. Überhaupt ist die im Design angelegte Langlebigkeit auch in der Unternehmensstruktur zu sehen: Der 50 Jahre alte Pavlovsky ist seit 22 Jahren dabei, Lagerfeld seit fast 30 Jahren, die öffentlichkeitsscheuen Besitzer Alain und Gérard Wertheimer, beide Anfang sechzig und Mehrfach-Milliardäre, seit knapp vier Jahrzehnten – ihr Großvater Pierre Wertheimer war der einstige Geschäftspartner von Coco Chanel.

„Wir wollen nicht zu schnell wachsen. Wir sind da, wohin wir wollten“



Im Tunnel.
Chanel-Modedirektor Bruno Pavlovsky erläutert sein Geschäftsmodell

Dieses Jahr hat Chanel acht neue Geschäfte eröffnet, zuletzt eines in China, wo es nun insgesamt neun Läden gibt. Jedes Jahr werden etwa zehn neue Boutiquen eröffnet, es könnten aber, so viel lässt Pavlovsky durchblicken, auch mehr sein, wenn es nur entsprechende Flächen gäbe. „Andererseits: Wir öffnen erst dann einen Laden, wenn wir das Gefühl haben, dass der Kunde reif dafür ist.“

Die Größe des Unternehmens kann man auch am Zukauf von Werkstätten erkennen – der Konzern verleihte sich unter anderen den Sticker Lesage, den Schuhmacher Massaro, den Putzmacher Michel, den Federschmuckmacher Lemarié, den Schmiedekünstler Desrues und in diesem Jahr auch noch den Handschuhmacher Causse und den schottischen Stricker Barrie ein. „Wir arbeiten allein in der Mode mit etwa 400 Zulieferern zusammen“, sagt Pavlovsky. „Wir wollen die nicht alle kaufen. Aber zu vielen haben wir eine enge Partnerschaft aufgebaut.“ Und wenn die Eigentümer älter werden oder die Schließung droht, greift man zu. „Wir müssen das Know-how sichern.“ Das sei schon deshalb wichtig, weil die meisten Werkstätten in oder bei Paris liegen. „Wir haben sechs Wochen Zeit für eine Kollektion, da können wir nicht lange auf die Lieferung warten. Wir brauchen die kurzen Entfernungen – und wir müssen auch noch in zwanzig Jahren arbeiten können.“





Das Handwerk braucht Chanel vor allem für die Couture. Zwar gibt es für die hohe Schneiderkunst nur insgesamt rund 1000 Kundinnen. Aber die bedeuten in jeder Hinsicht einen großen Aufwand. Denn sie kommen oft nicht zu den Schauen im Jänner und Juli, sondern lassen zu Hause in Dallas oder Moskau oder Dubai Maß nehmen. Daher ist auch der Preis für die handgenähten Kleider im Durchschnitt auf rund 25.000 bis 30.000 Euro gewachsen – mit Ausschlägen nach oben, wenn wirklich 800 Stunden an den Stickereien gearbeitet wird. „Viele wollen diesen besonderen Service“, sagt Pavlovsky. „Klar ist jedenfalls, dass wir ganz neue Kundinnen gefunden haben in den altbekannten Märkten Frankreich, Vereinigte Staaten, aber eben natürlich auch in Russland, Japan, Korea, China, Südamerika und dem Mittleren Osten. Aber wir wollen nicht die Umsätze damit verdoppeln oder verdreifachen, sondern die Kundinnen zufriedenstellen.“ Und das ist heute wirklich nicht mehr so einfach.

So diskret Bruno Pavlovsky sich auch über seinen Arbeitgeber äußert – über Lagerfeld, dessen Atelier in der Rue Cambon im Stockwerk über seinem Büro liegt, schwärmt er dann doch. „Wir haben eine enge Beziehung und können schnell handeln. Auch da ist er einzigartig: ganz schnell genau die richtige Entscheidung zu treffen.“ In Berlin entschied sich Lagerfeld, schon vor Mitternacht zu verschwinden. Und auch das war wohl richtig. *



Coco Chanel hat sich in einem Tiroler Hotel von den Westen der Angestellten inspirieren lassen



Die „kleine schwarze Jacke“ ist neben dem „kleinen Schwarzen“ der zweite zeitlose Klassiker aus dem Hause Chanel. Inspiriert wurde Coco Chanel zur „Bouclé“, wie sie offiziell heißt, übrigens bei einem Aufenthalt in Österreich. Die Arbeitsjacken der Pagen in einem Tiroler Hotel hatten es ihr so angetan, dass sie sie für die typische Chanel-Dame nachahmte. Apropos typisch: Typisch Lagerfeld ist auch die aktuelle Ausstellung „Little Black Jacket“ in Berlin. Getreu seinem Motto „Man muss oben beim Fenster Geld rauschmeißen, damit es unten wieder reinkommt“ hat der Maestro keine Kosten und Mühen dafür gescheut: 113 Top-Stars und Prominente von Sarah Jessica Parker über Sophia Coppola bis Vanessa Paradis wurden abgelichtet, die Bilder lebensgroß auf Leinen abgezogen und die Wände damit tapeziert. Bei den Fotoarbeiten hatten die prominenten Models freie Hand, sie konnten sich aussuchen, wer und wie sie sein wollten. Fix war nur, dass sie die schwarze „Bouclé“-Jacke tragen mussten. ★

The Little Black Jacket>

U3 Bahnhof & Tunnel, Potsdamer Platz 1, 10785 Berlin, Noch bis 14. Dezember thelittleblackjacket.chanel.com

Fotos: Chanel

Fotoindex> Das holländische Model Saskia De Brauw / S. 24 - Das dänische Model Freja Beha / S. 26 - Schauspielerin Milla Jovovich / S. 27 - Supermodel Claudia Schiffer / S. 30 - Schauspielerin und Sängerin Vanessa Paradis / S. 31

oliverheemeyer

maker of fine jewelry



€ 1.380,-
18 Karat Gold - Diamanten - Edelstein facettiert

KARL MAG KURVEN



Icons of Art. „Jedes meiner Rolls-Royce-Bilder ist eine abstrakte Darstellung der Realität“, erklärt Karl Lagerfeld zu der Ausstellung



Bei Models gilt **Karl Lagerfeld** als Verfechter der geraden Linie. Nun hat er aber ein Projekt, bei dem sich alles um Kurven dreht: Rolls-Royce.

Stil-Ikone fotografiert Auto-Ikone: Karl Lagerfeld fährt einmal mehr mit einem neuen Projekt auf – und dafür hat er erneut die Kamera in die behandschuhte Hand genommen: Der wahrscheinlich 79-Jährige (er selbst macht ein großes Geheimnis um sein Alter) lichtete für Rolls-Royce im südfranzösischen Ramatuelle Nobelkarossen ab. Und das nicht 08/15, wie er mit dem Titel „A different View“ unterstreicht. Lagerfeld, der übrigens selbst nicht mehr Auto fährt, weil „immer geradeaus schauen langweilig ist“, hat das Projekt folgendermaßen kommentiert: „Ich sehe die Welt, die Mode und die Automobile durch das Objektiv meiner Kamera. Das ermöglicht mir, eine kritische Distanz zu meinem Werk aufzubauen. Diese Herangehensweise bietet mir mehr, als ich es mir in der reinen Realität hätte vorstellen können“.



Fotos: Rolls Royce

RAYMOND WEIL

GENEVE



NABUCCO

Titan, Edelstahl mit PVD Beschichtung,
Automatik Chronograph, Krokoband,
200 m wasserdicht, Ø 46mm

ES IST ZEIT...

VON KÖCK

Juweliere Köck
Wien, Am Graben 22
www.vonkoeck.at

KLEIDER MACHEN FILME

Von Chaplins „The Tramp“ bis Camerons „Avatar“: Eine große Ausstellung in London zeigt 130 der wichtigsten Filmkostüme der letzten 100 Jahre. **Deborah Nadoolman Landis** hat die Schau kuratiert – und vermisst doch ein Kleid ganz besonders.

VON ANNEMARIE BALLSCHMITER

Ohne sie sähe „Indy“ wahrscheinlich ganz anders aus: Deborah Nadoolman Landis ist für Harrison Fords Indiana Jones-Look verantwortlich. Auch die Kostüme für „Blues Brothers“ und Michael Jacksons „Thriller“ hat die heute 60-Jährige entworfen. Für die Ausstellung „Hollywood Costumes“ im Londoner Victoria and Albert Museum hat sich die Professorin für Kostümbild durch 100 Jahre Filmkostümgeschichte gewählt. Bei der Auswahl setzt sie ganz auf Emotionen.

deluxe: 100 Jahre Kino, das bedeutet Tausende von Filmen. Wie haben Sie daraus 130 Stücke für die Ausstellung ausgewählt?

DEBORAH LANDIS: Ich habe meine Mutter, meine Schwiegermutter, meine Tochter, meinen Sohn, meine 60-jährigen Freunde und die Mädels in der V&A-Kostümabteilung gefragt: Wer muss da rein, welches sind eure absoluten Lieblingsfilme? Diese Ausstellung ist getrieben von der Liebe zu Filmen und nicht von den Kostümen.

Trotzdem zeigen Sie legendäre Kostüme wie John Travoltas weißen Anzug aus „Saturday Night Fever“ oder Dorotheys rote Schuhe aus dem „Zauberer von Oz“. Wie haben Sie es geschafft, die auf dem ganzen Erdball verstreuten Teile zusammenzutragen?

Eigentlich ist das ein hoffnungsloses Unterfangen. Es ist ziemlich interessant, was mit den Kostümen pas-

siert, wenn die Dreharbeiten vorbei sind. Kostüme existieren nur aus zwei Gründen: Sie haben eine narrative Bedeutung, sie unterstützen die Handlung und machen die Personen authentisch. Zweitens ist da der visuelle Kontext, ihre Bedeutung für die Bildgestaltung. Sind diese zwei Gründe nicht mehr vorhanden, ist auch die Daseinsberechtigung der Kostüme vorbei. Früher wanderten Kostüme zurück in den Fundus und wurden weiterverwendet. Manche sind seit 75 Jahren kontinuierlich in Gebrauch. Sie arbeiten für ihren Lebensunterhalt. Solche Kostüme aufzutreiben, war also nahezu unmöglich. Aber Gott sei Dank gibt es private Sammler wie Debbie Reynolds oder Larry McQueen.

Sie haben es also geschafft.

Nicht wirklich. Wenn Sie sich die Liste der 100 wichtigsten amerikanischen Filme der Library of Congress oder die Liste des American Film Institute ansehen, dann steht ganz oben „Citizen Kane“. Es existieren aber keine Kostüme mehr aus „Citizen Kane“. Und das betrifft viele der Filme auf den vorderen Plätzen dieser Listen. Das sind die Lieblingsfilme vieler Menschen, so wie „Top Hat“ mit Fred Astaire und Ginger Rogers. Aber auch da sind keine Kostüme mehr auffindbar. Ich habe also eine eigene Liste erstellt und diese dann abgearbeitet.

Standen auf Ihrer Liste auch Filme, deren Kostüme verschollen blieben?

Darauf können Sie wetten.



AUSSTELLUNG



Hollywood Costumes. Für die Ausstellung hat sich die Deborah Nadoolman Landis durch 100 Jahre Filmkostümgeschichte gewählt.



„Nichts kann einen Film schneller sabotieren als unpassende Kostüme“





Zum Beispiel?

Als ich zwölf Jahre alt war, ging ich mit meinem Großvater zu Ostern in die Radio City Music Hall, um „My Fair Lady“ zu sehen. Ich war hin und weg. 1978 habe ich die Kostüme für „1941“ für Steven Spielberg entworfen, der in den Warner Brothers Studios gedreht wurde, und ich konnte im Fundus all diese Hüte aus „My Fair Lady“ anprobieren! Eine Kollegin und ich haben Verkleiden gespielt. Es war fantastisch! In die Kleider von Audrey Hepburn habe ich leider nicht reingepasst. Zur Vorbereitung der Ausstellung haben wir in Debbie Reynolds Kostümsammlung das Ascot-Kleid, das Cecil Beaton für Audrey Hepburn entworfen hatte, vermessen, damit wir eine Puppe für das Kleid anfertigen lassen konnten. Aber dann musste Debbie Reynolds im Juni 2011 wegen finanzieller Schwierigkeiten einen Teil ihrer Sammlung verkaufen. Auch das „My Fair Lady“-Kleid wurde versteigert. Ich habe keine Ahnung, wohin es verschwunden ist. Vielleicht hat es ja ein Sammler in Österreich gekauft und meldet sich, wenn er dieses Interview liest, sodass wir das Kleid doch noch zeigen können. Ahnen Sie, wie frustriert ich bin?

Das ist in der Tat tragisch.

Ich habe zwar die Sterne vom Himmel geholt, aber dieses eine Kleid fehlt wirklich. Und darüber bin ich sehr unglücklich.

Welches Kostüm in der Ausstellung ist in Ihren Augen das bedeutendste?

Es gibt da so viele, mein Gott! Wir haben zum Beispiel Monsieur de Givenchys „Breakfast at Tiffany“-Kleid – und zwar keine Kopie, sondern das Original aus seinem Besitz! Wir haben Shirley Temples Kostüm aus „The Tramp“ aus dem Jahr 1912, eine Leihgabe der Familie. Wie großartig ist das bitte?! Gleich am Anfang der Ausstellung zeigen wir die grüne Vorhang-Robe von Scarlett O'Hara aus „Vom Winde verweht“. Die Leute werden auf die Knie fallen und sich fragen „Was zum Teufel wird wohl im Finale zu sehen sein, wenn hier schon Scarletts grünes Kleid steht?“. Oh mein Gott!

Und Ihre persönlichen Lieblingsstücke?

Michael Kaplans Kostüme für „Fight Club“. Dass Schauspieler sich in verschiedene Menschen verwandeln, ist ihr Job. Aber „Fight Club“ mit seiner Idee der

Disco-Dancing. Die Schau zeigt legendäre Kostüme wie John Travoltas weißen Anzug aus „Saturday Night Fever“



gespaltenen Persönlichkeit ist exemplarisch dafür, was die Arbeit eines Kostümdesigners ausmacht. Es gibt also zwei Kleiderstangen: für Ed Norton und für den superheißen Brad Pitt als Tyler Durden mit seinem Porno-T-Shirt. Kürzlich hat mich jemand gefragt, warum das V&A dieses T-Shirt eigentlich nicht in seinem Shop verkauft. Gute Idee, aber für South Kensington vielleicht etwas zu porno. Ich bin übrigens nicht die Einzige, die diese Outfits toll findet: Donatella Versace hat im Jahr 2000 eine ganze „Fight Club“-Männerkollektion gemacht. Sie hat Michael Kaplan in diesem Zusammenhang nie erwähnt. Ich hoffe, das mit der Ausstellung ein bisschen geraderücken zu können.

Wie erklären Sie, dass manche Filme und Fernsehserien, beispielsweise „Fight Club“, „Mad Men“ und „Downtown Abbey“, solchen Einfluss auf die Mode haben?

Wenn die nicht so großartig geschrieben wären, dann würde sich keiner für sie interessieren. Schlechte Filme beeinflussen rein gar nichts. Es ist das Publikum, das Legenden macht, nicht wir Kostümbildner. Und ich kenne mich damit wirklich aus. Erinnern Sie sich an das grüne Abendkleid, das Keira Knightley in „Abbitte“ trägt? Mich hat dieser Film nicht berührt, das Kleid bedeutet mir nichts. Außerdem ist es sehr empfindlich – ein riesiger konservatorischer Aufwand. Es gab einen Moment, in dem ich mich fragte, warum wir eigentlich so viel Arbeit in dieses Kleid stecken. Daraufhin fiel das gesamte Restauratorenteam, alles junge Frauen Mitte 30, vor mir auf die Knie und sagte: „Wir machen das umsonst! Wir müssen dieses Kleid zeigen!“ Das ist wohl ein Generationending. Dieses Kleid bedeutet die-

sen Frauen so viel. Und genau das ist es, worum es bei dieser Ausstellung geht: Emotionen.

Sind Modemacher gute Kostümdesigner?

Sobald ein Modedesigner Kostüme für einen Film entwirft, ist er nicht länger Modedesigner, sondern Kostümbildner. Mode ist eine Ware, Kostüme nicht. Der Film ist die Ware. Modedesigner können keine Mode für Filme entwerfen, denn Mode existiert in Filmen nicht. Alles, was wirkliche Menschen tragen, hat eine Geschichte. Zu jedem einzelnen Stück können sie etwas erzählen. Und darum geht es bei zeitgenössischen Kostümen. Deswegen sind sie auch viel schwieriger als historische. Mit Modedesign hat das nichts zu tun. Ich liebe Mode, wirklich! Aber beim Kostümdesign geht es nicht um die Oberfläche, es geht um Substanz.

Dann geht es ausschließlich um gutes Marketing, wenn ein Studio verkündet, dieser oder jener Designer habe die Kostüme entworfen?

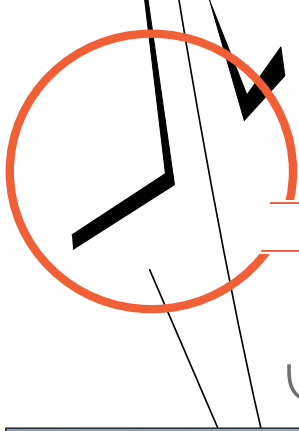
Genau. Filme müssen verkauft werden. Und es passiert selten, dass ein Modedesigner mehr als nur ein Kleid entwirft. Weil sie es nicht können. Modedesigner haben ihren Namen, ihr Label, Lizenzen, einen Lifestyle. „Mode und Film“ das klingt so gut zusammen – aber es ist eine verdammt schwierige Geschichte.

Können Sie einen Film nennen, bei dem das Kostümbild leider völlig daneben ging?

So etwas kann ich nicht tun. Vielleicht wenn Sie mit mir einen trinken gehen. Eines kann ich Ihnen aber sagen: Nichts kann einen Film schneller sabotieren als unpassende Kostüme. ★



Deborah Nadoolman Landis. Die Kuratorin der Ausstellung hat die Kostüme für „Blues Brothers“ und „Indiana Jones“ entworfen



360° Jakomini

Jakoministraße 34 8010 Graz ab € 2.500,-/m²



Urbanes Wohnen auf höchstem Niveau – zu Fuß in drei Minuten in der Herrengasse



Verkaufsstart von 18 geförderten Wohnungen vom 1. Obergeschoß bis zu den Penthouses

Das Tor zur Innenstadt • attraktive Grundrisse von 40-88m² • Landesförderung - „Umfassende Sanierung“
Planung vom preisgekrönten Architekten Prof. DI Volker Giencke • Geschäftsflächen im Erdgeschoß zur Vermietung
Perfekte Anlegerwohnungen • leistbares Wohnen in zentraler Lage

Volker Giencke & Company ZT GmbH
Univ. Prof. Architekt DI Volker Giencke
office@giencke.com, www.giencke.com



CEStar
property development
Bauträger / Eigentümer

Informationen unverbindlich und kostenlos bei unseren Immobilienprofis
Hr. Schögler: a.schoegler@immobilien-hammerl.at, 0699.1466.7777
Fr. Kien: d.kien@immobilien-hammerl.at, 0699.1444.2770

Länderrealitäten Hammerl GmbH & Co KG
Merangasse 12, A-8010 Graz
office@lrhammerl.at, 0316.760099
www.lrhammerl.at

HAMMERL
VERWALTUNG. VERMITTLUNG. OPTIMIERUNG.



Das Sondermodell

Was hat Kate Moss, was andere nicht haben? Zum 25-jährigen Dienstjubiläum haben wir bei ihrer Entdeckerin **Sarah Doukas** nachgefragt – und schöne Antworten bekommen.

VON SILKE WICHERT

deluxe: Frau Doukas, Sie haben als junger Modelscout Kate Moss entdeckt. Jetzt ist sie 38 und ist nächstes Jahr seit 25 Jahren im Geschäft, während andere sich höchstens ein paar Saisonen halten. Wo haben Sie Kate zum ersten Mal gesehen?

SARAH DOUKAS: Am Flughafen JFK in New York. Ich stand mit meinem Bruder am Gate, um mit Pan Am nach London zurückzuflogen. Kate saß auch dort, mit ihrem Vater und ihrem Bruder.

Wie haben Sie sie angesprochen?

Später im Flugzeug. Ob sie schon einmal daran gedacht hätte, zu modeln. Sie sagte „absolut nicht“, und ich antwortete, „komm doch mal vorbei, ich habe gerade mit Richard Branson eine Agentur gegründet“. Die kannte sie natürlich nicht, sie war ja erst 14, aber ich hatte Glück, weil sie eine TV-Show über Mode gesehen hatte, in der ich vorkam. Ein paar Tage später stand sie mit ihrer Mutter vor der Tür.

Warum ist sie Ihnen aufgefallen?

Wenn ich ein Mädchen anspreche, dann weil es mich fasziniert. Und zwar nicht nur das Gesicht, sondern die Art, wie sie sich bewegt, sich gibt. Das lässt sich viel besser beobachten, wenn derjenige gar nicht weiß, dass er beobachtet wird. Die Mädchen, die zu uns in die Agentur kommen, sind immer sehr nervös, die Situation ist total gestellt, du bekommst kaum etwas von ihrer Persönlichkeit mit. Kate damals konnte ich in Ruhe beobachten und auch, wenn ich noch nicht wusste, dass sie der Star werden würde, der sie heute ist, dachte ich schon damals, dass dieses Mädchen ziemlich besonders ist.

Was haben Sie in ihr gesehen? Sie war doch nichts von dem, wie Models Ende der 80er-Jahre aussahen – sie war zu klein, zu dünn, zu blass.

Wenn Sie tun, was ich tue, dann wissen Sie, ob jemand fotogen ist, und ich wusste, sie würde unglaublich fotogen sein. Außerdem hatte sie ein sehr einnehmendes Wesen. Ich sah also, okay, sie ist keine 1,80 Meter, sondern nur 1,70 Meter, aber da ist mehr als ein paar fehlende Zentimeter. Zuallererst: Sie hat eine fantastische Knochenstruktur.

Was bitte ist eine tolle Knochenstruktur?

Das Gesicht muss wie eine Leinwand funktionieren. Das Wichtigste sind hohe Wangenknochen – oder zumindest äußerst definierte Wangenknochen; eine gute

Kieferkontur, die mit den Wangenknochen korrespondiert. Deshalb muss man ein Mädchen auch im Profil ansehen, ob da alles zusammenpasst. Dann darf sie keinen breiten Nasenrücken haben. Es geht nicht darum, wie lang die Nase an sich ist, es gibt ja auch in unserer Welt genug Beispiele von markanten Nasen, und ich liebe Nasen, sie geben dem Gesicht Charakter. Aber ein Model muss einen schmalen Nasenrücken haben. Die Augen müssen weit genug auseinanderstehen; sind sie zu nah beieinander, nun ja, das sieht man eben. Wie gesagt, es geht um die richtige Leinwand, mit der der Make-up-Artist und der Fotograf dann arbeiten können.

Noch etwas?

Natürlich. Ein langer Hals, eine gute Lücke zwischen Oberlippe und Nase – ich komme mir schon wie ein Experte für Proportionen vor, aber das wird man automatisch in diesem Job. Mit John Cleese von Monty Python zusammen habe ich einmal eine Fernsehsendung namens „The Human Face“ gemacht. Er hat dafür mit allen möglichen Wissenschaftlern gesprochen, und es kam heraus, dass alle Models, die wir in der Agentur vertreten, tatsächlich einer Art wissenschaftlichen Schönheit entsprechen. Sie hatten exakt die Dimensionen, die man – wissenschaftlich gesehen – haben sollte. Klingt irgendwie beängstigend, ist aber so.

Also könnte man Modelbewerberinnen durch ein Computerraster laufen lassen.

So einfach ist es dann doch wieder nicht: Wir hatten schon Zwillinge in der Agentur, vollkommen identisch, doch am Ende war eine auf dem Foto besser als die andere. Irgendeine klitzekleine Sache, die Sie nicht sehen können, vielleicht ist ein Auge einen Millimeter weiter rechts, oder die Nase ein winziges Stück höher. Am Ende macht es die eine fotogener als die andere.

In den Top Fünf der meistgebuchten Models stehen momentan Namen wie Karlie Kloss, Arizona Muse, Abbey Lee Kershaw. Warum kennt man sie trotzdem nicht?

Für diese Mädchen ist es heute viel schwieriger, richtig bekannt zu werden. Fast alle großen Magazine wünschen sich lieber Frauen auf dem Cover, die mehr sind als nur Model. Sie müssen zusätzliche Qualitäten haben, noch für etwas anderes bekannt sein, etwas zu erzählen haben. Außerdem haben Schauspielerinnen gemerkt, wie viel Macht in Anzeigenkampagnen steckt. Früher wollten Schauspielerinnen nicht einmal in die Nähe von Werbekunden kommen, selbst wenn sie vorher selbst gemodelt haben, so wie Andie MacDowell. Heute wissen Scarlett Johansson oder Nicole Kidman, dass eine große Kampagne ihre Karrieren nach vorne katapultieren kann. Die haben den Models letztlich viel Arbeit weggenommen.

Die Supermodels in den 80er- und 90er-Jahren hatten einfach viel weniger Konkurrenz?

Das war noch die heile Welt. Die Marken expandierten, die Leute wurden immer reicher und diese Mädchen

„Ich wusste, Kate würde unglaublich fotogen sein – sie hat eine fantastische Knochenstruktur“





„Die Stars mit dem meisten Charisma und der längsten Karriere sind fehlbar“

wie Linda, Naomi, Claudia, Tatjana immer mächtiger. Es gab keine Schauspielerinnen oder Sängerinnen, die ihnen in die Quere kamen. Zusätzlich gibt es heute so viel mehr Mädchen, die modeln wollen.

Wie viele Mädchen melden sich denn pro Woche bei Ihrer Agentur Storm?

Oh Gott. Sehr viele.

Ist irgendein Name dabei, den wir uns doch schon mal merken sollten?

Cara Delevingne, das neue Gesicht von Burberry. Sie ist sehr jung, gerade 20, wir machen jetzt strategische PR mit ihr, damit sie in der breiten Öffentlichkeit bekannt wird. Mädchen wie sie und Kate sind wie der Jetstream einer Boeing 747.

Wie wird man denn „mehr als nur Model“? Indem man mit einem bekannten Schauspieler ausgeht?

Ich sage das zwar nicht gern, weil es so schlüpfrig

klingt, aber natürlich hilft es. Wir müssen ja irgendwo ansetzen. Wo nichts ist, können wir nichts erzählen.

Wenn der Mann gerade nicht zur Hand ist - welche Extras verpassen Sie Ihren Mädchen?

Die rothaarige Lily Cole ist passionierte Umweltschützerin, Jourdan Dunn hat sich sehr für schwarze Models eingesetzt, weil sie ja eine der wenigen ist, die es als Schwarze auf ein „Vogue“-Cover geschafft haben.

Sie haben vorhin gesagt, ein Model müsse heute mehr zu erzählen haben. Kate Moss hat aber nie geredet.

Absolut – Kate ist die Antithese dazu. Da mussten wir nie Pressearbeit machen. Sie war für alle ein faszinierendes Rätsel, keiner wusste etwas über sie.

Naomi Campbell wirft Handys nach ihrer Assistentin, Heidi Klum hat nach ihrer Trennung offenbar ein Verhältnis mit ihrem Bodyguard - helfen kleine Skandale manchmal, um Models noch populärer zu machen, weil sie dann hinter ihrer perfekten Fassade ein bisschen menschlicher erscheinen?

Ganz genau, wir alle können uns besser mit Leuten identifizieren, die real sind. Du kannst Makellosigkeit nicht maschinell herstellen, so verstehe ich auch meinen Job nicht. Die Stars mit dem meisten Charisma und der längsten Karriere sind fehlbar.

Nur optisch werden „Fehler“ gern ausgebügelt. Bei manchen Frauen jenseits der 35 hat man das Gefühl,

DIE PERFEKTE BRILLE GIBT ES NICHT, ABER WIR ALS
BRILLENMACHER MÜSSEN ALLES TUN, UM DIESEM
IDEAL IMMER NÄHERZUKOMMEN

PETER TH KOZICH
BRILLENMACHER UND SEIN TEAM



schau  *schau*[®]

BRILLEN VON HAND GEFERTIGT

WIEN
DPRODUCTSD
TAKE VIENNA HOME

1010 WIEN, ROTENTURMSTRASSE 11/ERTLG.
TELEFON 0043 1 / 533 45 84
WWW.SCHAU-SCHAU.AT





Sarah Doukas gründete 1987 die Londoner Modelagentur Storm Model Management. Neben Kate Moss vertritt sie zum Beispiel Eva Herzigova und Cindy Crawford. Zuletzt entdeckte sie die Moderatorin Alexa Chung und das Newcomer-Model Cara Delevingne.



„Kate: Das Kate Moss Buch“.
Herausgegeben von Fabien Baron mit Jess Hallett und Jefferson Hack; Schirmer & Mosel, 448 Seiten, 295 Tafeln in Farbe und Schwarzweiß. ISBN 978-3-8296-0615-8 80,20 €

„All die tollen Mädchen wollten gar nicht Model werden, sie wurden gefunden“

sie sehen in Magazinen nur noch so toll aus, weil sie vorher mit Photoshop generalüberholt wurden. Spielt Glaubwürdigkeit überhaupt eine Rolle in der heutigen Modewelt?

Ich sehe manchmal Fotos, die so extrem bearbeitet wurden, dass die Frau hinterher aussieht wie ein Klon, und es ist mir ein Rätsel, warum man dann überhaupt eine hübsche Frau vor die Kamera stellt. Wenn es um Werbung geht, würde ich zustimmen, dass das Bild ein bisschen »bereinigt« und leicht korrigiert werden sollte, aber nicht so sehr, dass es mit der Realität nichts mehr gemein hat. Glücklicherweise gibt es wieder eine Bewegung hin zu mehr Vielfalt: Frauen verschiedenen Alters mit unterschiedlichen Figuren.

Gibt es noch Trends im Modelbusiness, zum Beispiel aktuell die asiatischen Mädchen?

Das ist ein Trend, der bleiben wird. Dort sind die neuen Märkte und alle reden mittlerweile von »Vogue-China-Titelbildern«.

Reality-TV-Modelshows sind auch ein anhaltender Trend. Wird dabei jemals ein richtiges Topmodel herauskommen?

Ich nehme an, Sie wissen, dass zumindest bis jetzt kein Topmodel dabei war. Keine ist auf dem Cover von „i-D“, „Harper’s Bazaar“ oder „Vogue“ gelandet. Was in diesen Sendungen gesucht wird, ist etwas anderes, als wir suchen. Das ist nicht die Eintrittskarte in unsere Welt.

Sondern?

Wenn du richtig für den Job bist, bist du richtig. Ich schätze, dass 99,9 Prozent, die zu uns kommen, nicht die Richtigen sind, aber das muss man ihnen schonend beibringen, weil sie ja von irgendwem schon einmal gehört haben, wie schön sie sind. Aber all die tollen Mädchen – Jourdan Dunn, Lily Cole, Cara Delevingne –, die wollten eigentlich gar nicht Model werden, sie wurden gefunden.

Für alle, die demnächst gefunden werden: Sagen echte Modelscouts eigentlich wirklich diesen Klischee-Satz: „Hey, du solltest Model werden!“?

Ja, jedenfalls so etwas in der Art. Das letzte Mädchen, das ich aus dem Auto heraus angesprochen habe, war so misstrauisch, dass sie sofort zur Seite sprang. Glücklicherweise nahm sie dann doch meine Visitenkarte mit und kam mit ihren Eltern in die Agentur. ★

raum
konzepte
nach
maß.



AUSSTELLUNGSABVERKAUF
KOLLEKTION 2012

bis
- 50%



Klappbett
ab Euro 7.850,-

ladenstein

MADE IN STYRIA

**ROLF
BENZ**

studio
GRAZ | WIEN

bulthaup



MADE IN STYRIA

agenturschloegl.at

1010 Wien | Schellinggasse 1/Ecke Weihburggasse | T +43 1 698 14 40
8010 Graz | Conrad-von-Hötzendorf-Straße 63/neben Stadthalle | T +43 316 831183

www.ladenstein.at
info@ladenstein.at

PORTRÄT



Maje und Sandro. Zusammen unterhalten die beiden Modemarken mittlerweile über 400 Boutiquen und Shop-in-Shops weltweit



DIE KLITSCHKOS DER PARISER MODE

Hier gehört Privates zum Geschäft: **Sandro** und **Maje**, zwei französische Marken, kämpfen in derselben Gewichtsklasse. Ihre Gründerinnen sind Schwestern und teilen sich eine Geschichte.

VON JENNIFER WIEBKING

Die Paravents im Atelier von Maje in Paris sollen nicht vor fremden Blicken schützen. Dahinter hängt die neue Kollektion der Marke für das kommende Frühjahr bereit, und wer diese sehen will, dem stehen sie nicht im Weg. Völlig Fremden gewähren sie Zutritt. Die Paravents sollen vor ganz anderen Blicken schützen, vor allzu bekannten. Man könnte sie deshalb auch durch ein Schild ersetzen. Eines, wie es Teenager gerne von außen an ihre Zimmertüren heften. „Kein Zutritt für die eigene Schwester“, wollen die Paravents sagen.

„Niemals“, sagt Judith Milgrom, Chefdesignerin und Gründerin von Maje, entschieden. Ihre Schwester darf die Kollektion nicht sehen, bevor sie in den Läden hängt. Judith Milgrom reibt sich die Augen und lässt sich auf einen Stuhl in einem winzigen Konferenzzimmer fallen. Draußen auf den Fluren verabschieden sich jetzt, am Ende der Pariser Modewoche, die letzten Einkäufer. Die Designerin sieht müde aus. Dennoch, ihre

Stimme klingt entschlossen. „Wir stehen in gesunder Rivalität zueinander. So gibt jeder sein Bestes.“

Judith Milgrom und ihre Schwester Evelyne Chérite können die Klitschko-Brüder der Pariser Mode sein – jede unterhält ihr eigenes Label: Milgrom, mit 48 Jahren die jüngere Schwester, entwirft für Maje im zweiten Pariser Arrondissement ein bisschen klassischer, Chérite, die fünf Jahre älter ist, für Sandro im dritten



Kleine Schwester: Judith Milgrom (links oben), die Gründerin von Maje, ist die Schüchternere der beiden. Ihre Mode ist ein bisschen klassischer.

Große Schwester: Evelyne Chétrite (rechts oben), die mit ihrem Ehemann das Label Sandro gründete, ist stilistisch ein bisschen kantiger.



ein bisschen rockiger. Milgrom ist ein bisschen schüchterner, Chétrite ein bisschen lebendiger, Milgrom ist einen Kopf kleiner als die Schwester. Wie die Klitschkos spielen sie mit ihren Marken in derselben Gewichtsklasse, in der Contemporary Fashion. Nur, anders als die Box-Brüder, treten sie darin durchaus gegeneinander an. Das zeigen schon die Paravents, die Maje vor Sandro schützen und Sandro vor Maje, Marken, die in Krisenzeiten wie diesen besonders zeitgemäß sind, weil sie eine Stufe unter den Prêt-à-porter-Häusern angesiedelt sind. So kann man zum Beispiel in dem Kleid für 200 € einen U-Bahn-Schacht hinabsteigen und dabei noch immer Pariser Mode tragen. Ihr Standort ist eine Art Gütesiegel und ein guter Teil der halben Miete für den Erfolg. „Paris ist ein wichtiger Bezugspunkt in der Mode, der es uns ermöglicht, über uns hinauszuwachsen“, sagt auch Evelyne Chétrite.

Die Designerin spricht Französisch. Dabei sei Deutsch doch praktisch Chétrites zweite Sprache, sagt die jüngere Schwester Judith Milgrom herausfordernd. Man könne mit ihrer älteren Schwester ruhig Deutsch sprechen. Also? „Meine Schwester hat wirklich eine Gabe dafür, mich in schwierige Situationen zu bringen“, antwortet Chétrite. „Ich habe gerade mal ein Jahr lang in der Schule Deutsch gelernt, und das weiß sie genau. Ich kann Dankeschön sagen, das war’s.“

Marokko und Paris. Selbst die Paravents verhindern also nicht, dass bei Maje und Sandro das Private zum Geschäft gehört. Das trägt die eine Marke sogar im Namen. „M steht für meinen Mädchennamen Moyal“, beginnt Milgrom zu buchstabieren. „A steht für meinen Bruder Alain, J für Judith und E für meine Schwester Evelyne.“ Auch in ihren Atelierräumen im Pariser Stadtteil Sentier dürfte sich Milgrom zu Hause fühlen, schließlich war sie in dieser Gegend wirklich mal daheim. Zur Geschichte der Klitschkos von Paris gehört auch ein Aufstieg, und der trägt sich vor allem hier in Sentier zu, der Nachbarschaft in der Fremde vieler Einwandererfamilien.

Im Alter von zehn Jahren steigt Judith zum ersten Mal in ihrem Leben in ein Flugzeug, das sie nach Paris bringen soll. Das Flugzeug wartet auf sie, ihre sechs Geschwister und die Eltern in Marokko, wo sie bis dahin aufgewachsen ist. „Ich musste mein Heimatland von einem Tag auf den anderen verlassen.“ Die Familie hat in Marokko kein schlechtes Leben und hofft gleichzeitig auf die Freiheit für die Kinder in Westeuropa. Die schauen zu der Zeit jedoch lieber zurück in die Vergangenheit. „In Marokko war alles bunter und fröhlich. Man brauchte viel weniger, um glücklich zu sein. Das Leben war unbeschwerter“, erinnert sich Evelyne, die im Jahr des Aufbruchs schon 15 ist. Die Schwestern verstehen nicht, warum die Familie überhaupt gehen muss, die Eltern erklären ihnen wenig. Auch Jahre später fühlt sich Evelyne in Paris noch nicht zu Hause. Ihre Mutter beginnt als Friseurin zu arbeiten, der Vater hat ein Restaurant. Intuitiv imponieren Evelyne die großen Kaufhäuser, und damit meint sie weder die gute Auswahl noch die geräumigen Umkleidekabinen, sondern die Schaufenster. Sie verbringt ihre Zeit damit, sich die

Wir bauen Ihre Luxuswohnung in Wien. Individuell. Stilvoll. Zuverlässig.



Die Art zu Wohnen ist der persönlichste Ausdruck des Lebensstils. So legen manche Menschen etwas mehr Wert auf edle Architektur.

Kultiviertes Design und exklusive Ausführung sind unsere Spezialität. **CONSENTIA** verwirklicht Ihre Wohnträume in den schönsten Lagen Wiens.

Ob eingebettet in wahre Grünruheoasen mit Fernblicken am Stadtrand oder im Herzen der Innenstadt mit ihrem belebenden Treiben.

CONSENTIA

Immobilien-, Unternehmensvermittlungs- und Bauträger Ges.m.b.H
Tel. +43 1 470 67 47

www.consentia.at



Sandro und Maje. Die beiden Marken sind in Krisenzeiten wie diesen besonders zeitgemäß, weil sie eine Stufe unter den Prêt-à-porter-Häusern angesiedelt sind

Wie die Klitschkos spielen sie mit ihren Marken in derselben Gewichtsklasse

Auslagen von „Printemps“ am Boulevard Haussmann durch die Glasscheiben hindurch anzuschauen. Es fasziniert sie, wie sich die Kollektionen von Saison zu Saison verändern und dennoch einem verlässlichen Muster folgen. Der Glanz aber bleibt hinter Glas, denn ein paar Metro-Stationen weiter, wo sie wohnt, sieht die Welt anders aus. „Ich musste die Schwere des neuen Lebens meiner Eltern tragen.“ Einer ihrer Brüder leidet unter einer Behinderung und stirbt im Alter von 24 Jahren.

Französische Produkte finden kaum den Weg über die Türschwelle der Pariser Familienwohnung. „Wir haben nichts gekauft. Keine Kleidung, kein Brot, gar nichts“, sagt Judith. Alles wird in Heimarbeit produziert, die Familie ist ihr eigenes Kaufhaus. Das Kind weiß nicht, was eine Bäckerei ist. Als sie es doch herausfindet und einen Kuchen mitbringt, hängt der Haussegen schief. Dennoch sollen die Kinder anders leben, als es die Eltern kennen. Die Mutter wünscht sich, dass aus ihnen Ärzte werden oder Anwälte. Evelyne beginnt daraufhin, Jus zu studieren. „Meine Mutter hat in ihrem Leben so viel Mut bewiesen, da wollte ich ihr den Gefallen tun.“ Aber wenn die Tochter nach der Schule

oder nach der Uni nach Hause kommt, setzt sie sich an ihre Nähmaschine, wie sie es von der Tante aus Marokko kennt. Am Wochenende arbeitet sie auf Flohmärkten und in einer Boutique in Saint-Germain. Dann lernt sie Didier Chérite kennen, der schon in der Mode arbeitet. Mit 19 Jahren heiratet sie ihn, mit 20 bekommt sie ihr erstes Kind, wenig später gründen sie gemeinsam Sandro. Das Mädchen, das zuvor in seiner Freizeit für die Familie genäht hat, versorgt von Mitte der Achtziger Jahre an die Franzosen mit seiner Mode.

Nicht von Kopf bis Fuß. Die jüngere Schwester überlegt indessen, Fotografin zu werden. Mit 17 arbeitet sie als Sommeraushilfe im Atelier der Schwester. Sie geht noch zur Schule. Bis dahin. „Ich bin nach dem Sommer einfach bei Sandro geblieben.“ Für die Schule hat sie zu wenig Atem, für die Arbeit im Atelier aber genau die richtige Energie. Also entwerfen die zwei Schwestern dort jahrelang Seite an Seite, ohne dass die kleine aufhören kann, der großen von ihren Plänen für die Selbstständigkeit zu erzählen. „Ich wusste genau, was ich wollte“, sagt Milgrom. Eine Marke, die einen gerade nicht von Kopf bis Fuß einkleidet, die sich gut mit anderen kombinieren lässt, also eine gewisse Klassik hat, ohne dabei langweilig zu sein. Der Preis soll nicht die größte Rolle spielen, das Alter gar keine. „Die Frau, die ich kleide, ist 20 Jahre alt – im Kopf“, sagt Milgrom. Ich bin nicht mehr 20, aber ich ziehe mich so an. Und meine Mutter, die über 60 ist, trägt das auch. Auch so bleibt man jung.“

Marken wie Maje sehen heute, wenigstens wenn sie im Geschäft hängen, so aus, als sollten sie wie stoffgewordene Anti-Aging-Präparate auch Frauen gefallen, die keine jungen Dinger mehr sind. Vielleicht sind diese Labels gerade deshalb in Zeiten, in denen sich ältere Frauen jünger kleiden als je zuvor, so erfolgreich. Für dieses Vorhaben verlässt Milgrom also im Jahr 1998 das Label der Schwester – um dann bei der neuen Marke mit ihrem Bruder zusammenzuarbeiten.

Die Familie scheint den sozialen Aufstieg wirklich mit der Räuberleiter zu bewältigen: Als der Bruder die Marke Maje vor zwei Jahren endgültig verlässt, schließen sich die beiden Schwestern in strategischen Angelegenheiten zur SMCP Group zusammen. Mit dem Luxuskonzern LVMH im Rücken, dem 51 Prozent der Marken gehören, laufen die Geschäfte in der Tat gut. Zusammen unterhalten Maje und Sandro mittlerweile über 400 Boutiquen und Shop-in-Shops weltweit, darunter seit vergangenem Herbst Geschäfte in New York; seit drei Monaten hängen die Marken in Deutschland in sieben Karstadt-Filialen, und seit sechs Wochen gibt es einen Sandro-Laden in Hongkong. Kreativ arbeitet jeder weiter streng für sich. Die Paravents im Atelier von Maje stehen also durchaus mit Recht dort – es sei denn, es geht um Claudie Pierlot, eine dritte Marke, die beide Schwestern gemeinsam entwerfen.

LVMH plant, seine Anteile jetzt nach zwei Jahren wieder zu verkaufen. Galeries Lafayette könnte Interesse haben. Ob das wirklich stimmt, wissen höchstens die Schwestern. „Tut mir leid, das kann ich Ihnen nicht sagen“, so Chérite. Manche Dinge sind eben doch privat. ★

Designbäder zum Wohlfühlen

www.holter.at

4600 WELS

1230 WIEN

5020 SALZBURG

6380 ST. JOHANN/TIROL

6060 HALL/TIROL

HOLTER

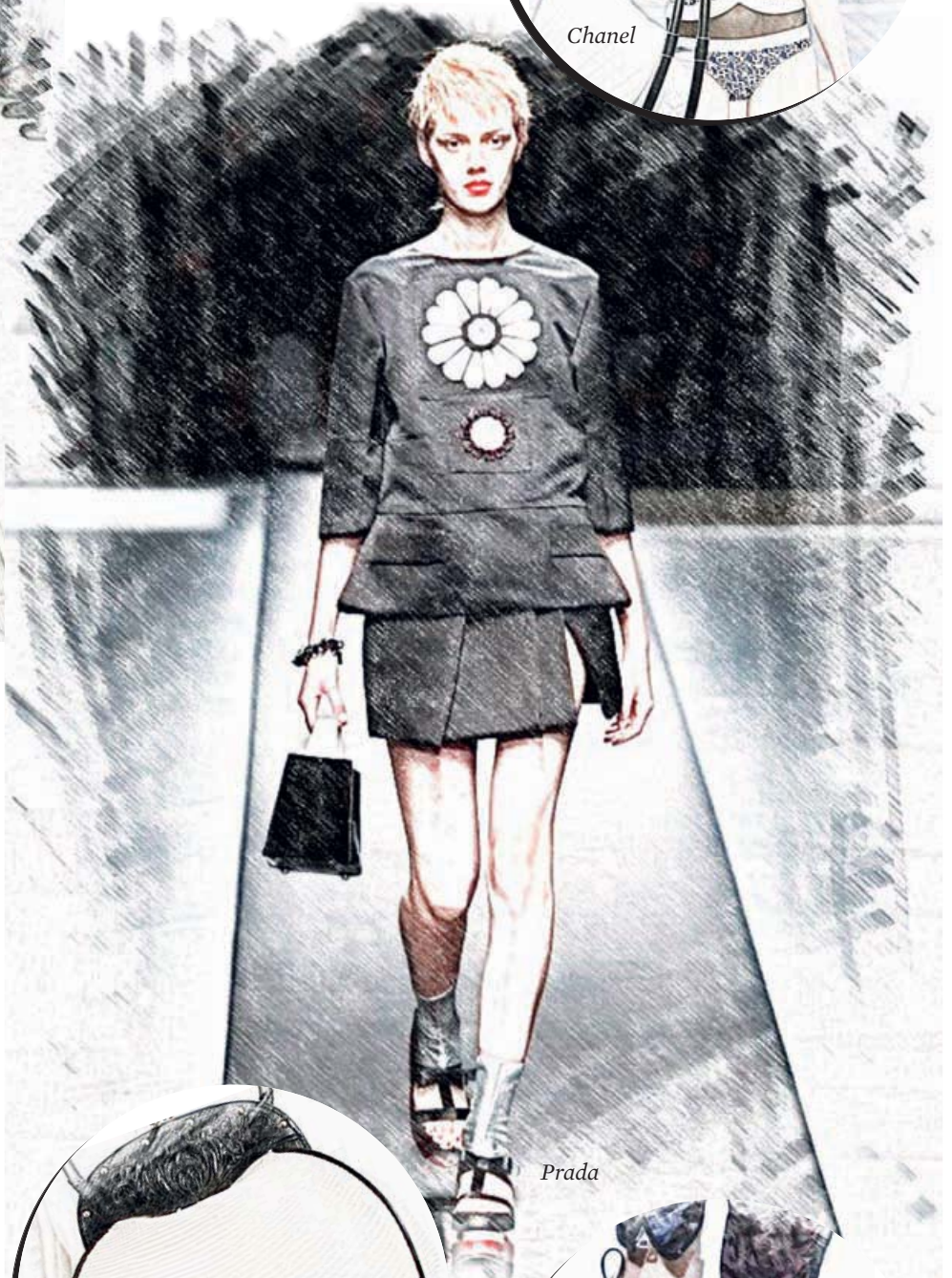
Bäder für besondere Momente. In österreichweit fünf Ausstellungen zeigt HOLTER eine einzigartige Auswahl an Gestaltungsvarianten und Produkten, mit denen sich individuelle Bäderträume verwirklichen lassen. Gänzlich neu gestaltet wurde die Bäderausstellung in Salzburg. In stilvollem Ambiente können Besucher dort auf 1.500 Quadratmetern Ausstellungsfläche die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten von Materialien, Farben und Formen hautnah erleben. Vereinbaren Sie einen Beratungstermin. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



Marni



Chanel



Prada



Ralph Lauren



Dries van Noten

Schwarz-Weiß

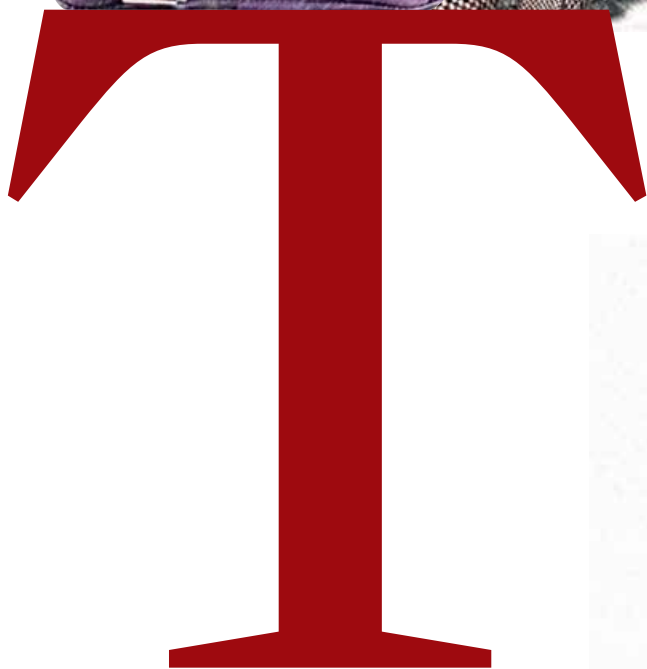
Es begann in New York, ging weiter in London, genauso in Mailand und endete in Paris: Keine auch nur im Ansatz ernst zu nehmende Modeschau verzichtete für das Frühjahr und den Sommer 2013 auf Schwarz-Weiß als basisgebende Farbkombination, geblockt oder in Streifen, als Würfelmuster oder mit wilden Prints. Miuccia Prada zeigte ihre wunderschöne Kollektion aussagekräftig gleich im schwarz-weißen Ambiente. Bei Chanel schmückte Karl Lagerfeld schwarze Kostüme und Kleider mit weißen Rändern oder dicken weißen Perlen. Für Givenchy schickte Riccardo Tisci erst gar keine andere Farbe über den Laufsteg. Marc Jacobs schwelgte bei seiner eigenen Kollektion genauso darin wie in jener für Louis Vuitton. Und auch bei Haider Ackermann hieß die Devise: Entweder Schwarz und Weiß, oder nur Schwarz und nur Weiß. Man trägt schwarze T-Shirts zu weißen Röcken und weiße Blusen zum schwarzen Hosenanzug. Es kann aber auch ein ganz schwarzes Kleid oder ein ganz weißer Hosenanzug sein. Dann mischen die Accessoires entscheidend mit: weiße Taschen oder Schuhe oder Sonnenbrillen zu schwarzen Outfits und umgekehrt. Am schönsten sind gestreifte und kleingewürfelte Schuhe, Taschen, Sonnenbrillen. Wobei die topmodischen Schuhe extrem spitz sind und einen kleinen Absatz haben - wie in der guten alten Zeit.

Transparenz

Was Politiker, Banker und ähnliche Kaliber uns gerne vorenthalten, bietet die Mode 2013: Transparenz. In vielen Varianten. Das beginnt beim hauchzarten Stoff, der nichts verbirgt, geht über netzartige Textilien bis hin zu löchriger Spitze. Der Durchblick kann flächendeckend sein oder auf raffinierte Einblicke reduziert, offensichtlich oder überraschend, erst auf den zweiten Blick erkennbar oder gnadenlos. Viele Designer propagieren den Lagen-Look, der aus transparenten Stoffen dann doch wieder uneinsichtige Materie macht. Niemand kann mit diesen Möglichkeiten so gut umgehen wie Dries Van Noten. In seiner allerbesten jemals gezeigten Kollektion lassen auch übereinander geschichtete Stoffe den Körper sichtbar werden. Da übertünchen weibliche Hüllen und Allüren männliche Karo-Muster und Komponenten nur scheinbar. Mit geballter Erotik ging Albert Kriemler für Akris ans Stoffwerk. Marios Schwab lässt immer wieder unter kurzen Röcken transparente Höschen hervorlugen. Für jene Fashionistas, die in ihren Taschen nie etwas finden können, hat sich Christopher Bailey für Burberry etwas ausgedacht: Seine neue Tasche, genannt „The Blaze“, gibt es nicht nur in wunderbaren Farben, sondern auch im Transparentlook.



Akris



TRENDS

An das Jahreshoroskop von 2013 glauben wir nicht, an die Trendprognosen von **Brigitte Winkler** schon. Die Doyenne des österreichischen Modejournalismus berichtet, was das nächste Jahr anziehend macht.

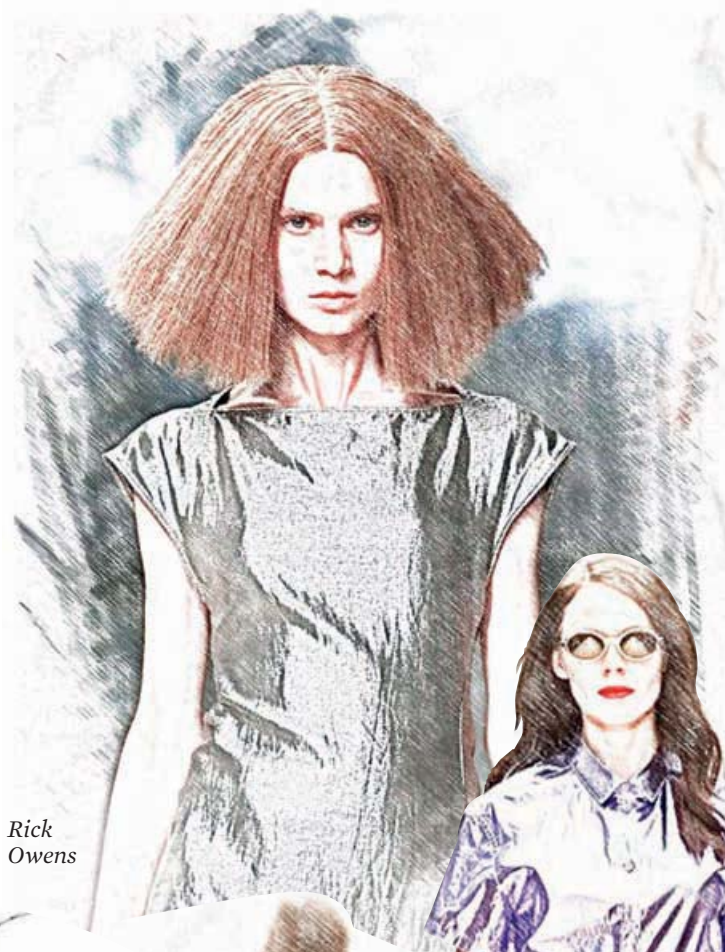


Gucci

Metallic Look

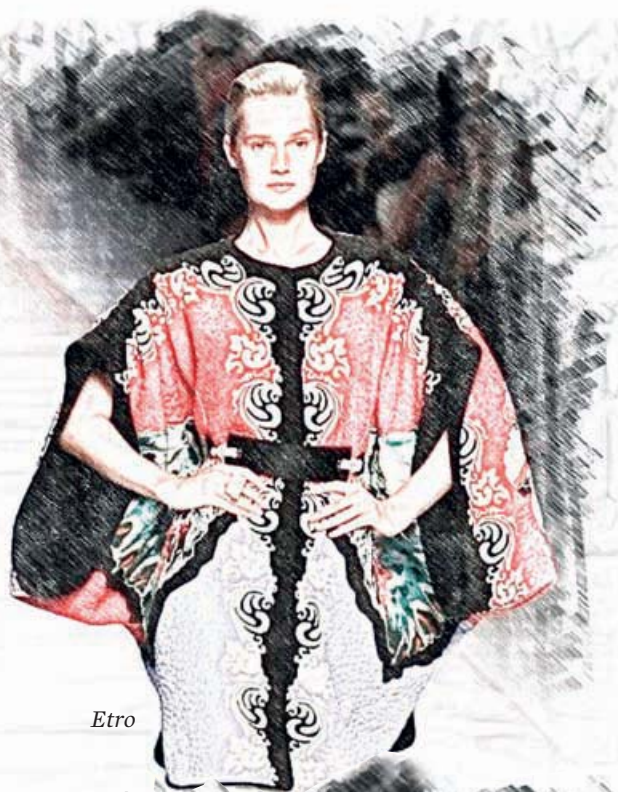
Glänzende Auftritte sollten im nächsten Jahr keine Seltenheit sein, nicht einmal bei schlechtem Wetter. Nieselregen in Salzburg zum Beispiel bekämpft man dann wohl am besten mit einem der bonbonpapierfarbenen Trenchcoats in Pink, Lila, Dunkelrot, Blau und Grün aus dem Hause Burberry. Kein roter, sondern ein schillernder Faden durchzieht die gesamte Kollektion. Viktor & Rolf hat es die Farbe Silber angetan. Raf Simons lässt es bei Dior ordentlich schimmern. Auch Giorgio Armani ist dem Trend vor allem in seiner Emporio-Linie erlegen. Damir Doma kombiniert gerne zwei Metall-Farben miteinander. Übersehen wird man damit auf keinen Fall. Daher ist der richtige Umgang mit dem irisierenden Angebot – auch in Form von Make-up – für Alltag und Abend empfehlenswert. Wichtig ist die richtige Kombination. Zu viel Metall – vom Outfit über die Accessoires bis zum Lidschatten – kann leicht aufdringlich und geschmacklos wirken. Schlichte Begleiterscheinungen wie Jeans oder T-Shirts sorgen für den richtigen Glanz – jenen im Auge des Betrachters.

Rick Owens



Burberry Prorsum





Etro



*Haider
Ackermann*



Prada

Made in Japan

Viele Designer haben sich Asien zum Vorbild genommen. Was einst und immer noch in Japan getragen wird, soll wohl dafür sorgen, dass sich nicht nur europäische Kundinnen vom aktuellen Angebot angesprochen fühlen. Genial ist, wie Miuccia Prada Japan und Italien miteinander verquickt: Ihre gesamte Kollektion war vom Kimono und seinen Bestandteilen, von Kirschblüte, Origami und Geisha-Schuhen inspiriert. Wer will, kann im Frühling mit Tabi-Socken statt mit Schuhen spazieren gehen. Barfuß laufen ist ja unendlich gesund – die goldenen oder silbernen Zehensocken kommen wohl gleich danach. Wer es weniger gesund will, kann dazu unendlich hohe, den japanischen Holzsandalen nachempfundene Plateauschuhe von Prada tragen. Andere Designer wie Haider Ackermann, Dries Van Noten und Veronica Etro nahmen die japanische Inspiration nicht ganz so wörtlich, oder besser gesagt bildlich.



Hermès



Bernhard
Willhelm

Mustergütig

So schön printen wie Peter Pilotto – das muss man erst einmal können. Gelernt haben es der gebürtige Österreicher und sein Partner, Christopher de Vos, natürlich in London, der Wiege der modischen „Mustermania“: Obwohl das Frühjahr auf der einen Seite überraschend schwarz und/oder weiß wird, hält diese auch weiterhin an. Vor einigen Saisons schwappte sie aus England kommend über den Kontinent und ließ fast kein Outfit ungeschoren. Wie unwiderstehlich die bedruckten Klamotten auch für Promis sind, beweisen immer wieder Bilder vom roten Teppich aus aller Welt. Neben Peter Pilotto gehören Mary Katrantzou und Erdem zu den beliebtesten Druckern. Aber auch im Hause Gucci, bei Hermès und Wunderkind wird eifrigst bedruckt. Von Missoni und Emilio Pucci sind wir die Muster ja gewöhnt. Der junge Holländer Michael van der Ham erreicht seine mustergültigen Oberflächen durch collagenhaftes Aneinanderfügen der verschiedensten Stoffe.



Marni

Couture La La



EXKLUSIV
NUR BEI DOUGLAS



Juicy Couture

INTRODUCING COUTURE LA LA
A NEW FRAGRANCE BY JUICY COUTURE



INTERVIEW

SHOOTING-STAR

Mit elf begann sie zu fotografieren, mit 15 schoss sie bereits für Converse Fotos. Nun hat sie die Titelstrecke des Hermès-Magazins fotografiert – sie ist ja auch schon 18. Ein Gespräch mit **Olivia Bee**, Fotografin, Bloggerin und Wunderkind. VON ALEXANDER PFEFFER



Im Seidenland.
Die 18-jährige Olivia Bee ist durch ihren Fotoblog bekannt geworden, wo sie romantische und persönliche Momente in Szene setzt. Für das Modehaus Hermès hat sie eine Welt aus Seide ersonnen

deluxe: Wie sind Sie zur Fotografie gekommen?

OLIVIA BEE: Ich habe in der sechsten Klasse unabsichtlich einen Fotokurs belegt. Mich dafür einzuteilen, war wahrscheinlich der beste Fehler, den die Schule je machen konnte. Fotografie und ich – das war keine Liebe auf den ersten Blick, aber als ich mich näher mit ihr beschäftigte, wurde sie zu einem Teil meines Lebens.

Wann haben Sie angefangen, professionell zu arbeiten?

Also zuerst einmal habe ich meine Fotos auf Flickr gestellt und sehr schnell bekam ich Anerkennung dafür. Ich fragte mich: „Okay, was ist denn hier los?“ Dann hat die Sportschuhmarke Converse mich per E-Mail kontaktiert und gefragt, ob ich Lust auf ein Shooting in Portland hätte. Es war eine Mentoring-Sache, sie wollten mir einen Vorgeschmack auf das Business geben. Es gab keine Erwartungen, aber dann nahmen sie die Fotos, und ich wurde dafür bezahlt, das war also mein erster Job.

Wie wichtig ist das Internet für Sie?

Es ermöglicht, dass wirklich jeder meine Arbeit anschauen kann, jederzeit. Durch das Internet können Ideen so weit verbreitet werden, es ist so einfach, sich zu informieren und inspirieren zu lassen. Es ist verblüffend.

Das „Time Magazine“ hat Sie einmal als Wunderkind bezeichnet. Wie gehen Sie mit so einer Lobpreisung um?

Ich tue einfach das, was ich immer tue. Und ich liebe, was ich tue und bin dankbar für jedes freundliche Wort, das über mich gesagt wird.

Drei Worte, die Ihren Stil beschreiben ...?

Konkret, zugänglich, ehrlich.

Was inspiriert Sie?

Ich glaube, dass jeder Mensch davon beeinflusst wird, was um ihn herum passiert, was immer das auch ist. Alles, was man sieht und erlebt, prägt einen. Ich bin also von allem inspiriert – vor allem aber von den Leuten, die mich umgeben: von dem, was wir tun, wie wir einander beeinflussen und den Dingen, für die wir uns begeistern.

Ihre Bilder erzählen über die schönen, emotionalen Seiten des Teenagerlebens. Glauben Sie, dass Ihre Arbeit mit Ihnen „erwachsen“ wird?

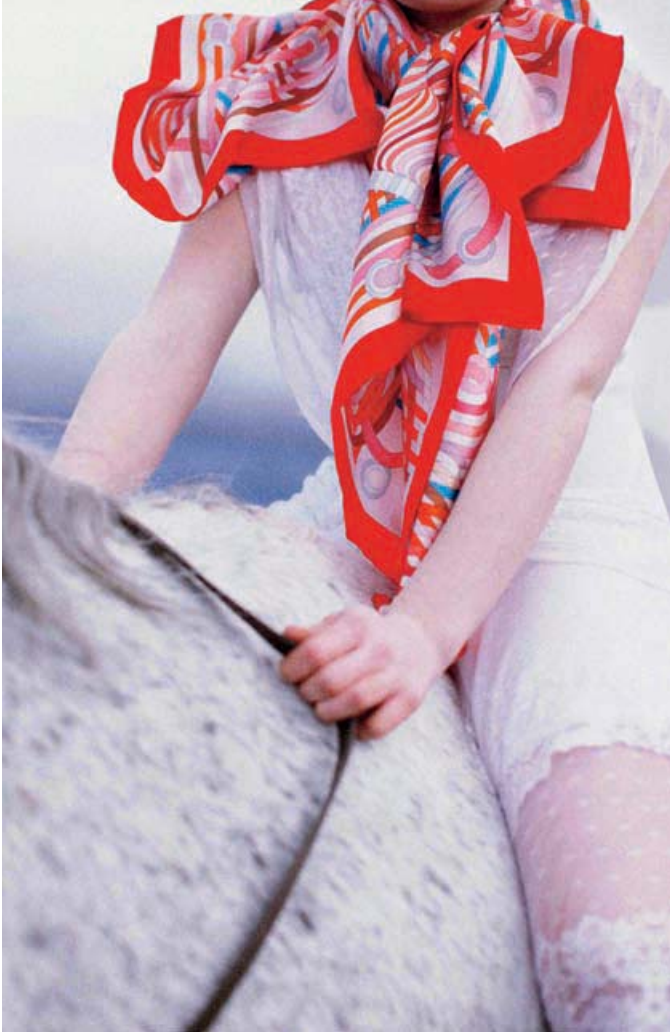
Sicher, meine Arbeit wird sich mit mir verändern. Ich werde auch in Zukunft mein Leben fotografieren.

Unter den zeitgenössischen Fotokünstlern sind Sie eine der jüngsten. Was bedeutet das für Ihre Bilder?

Ich biete eine ungewohnte Perspektive auf das Leben, auf die Kunst.

Welche Kamera verwenden Sie?

Meine Lieblingskameras sind die Canon 5D Mark II und III sowie die Pentax K200D für die digitale Fotografie. Wenn ich mit Film arbeite, verwende ich am liebsten die Olympus Infinity Junior und die Olympus OM-1. Ich habe noch viele andere Analogkameras, die ich billig in Ramschläden gekauft habe. Außerdem interessiere ich mich sehr für Polaroid.



„Ich biete eine ungewohnte Perspektive auf das Leben, auf die Kunst“

Fotografieren Sie lieber analog oder digital?

Wenn ich für Kunden arbeite oder eine Idee entwerfe, fotografiere ich digital. Wenn ich Persönliches fotografiere und Erinnerungen festhalte, verwende ich Film, weil sich das magischer anfühlt.

Welche Fotografen bewundern Sie?

Ich mag Ryan McGinley, Annie Leibovitz, David LaChapelle, Gregory Crewdson, Synchrodogs (*ein ukrainisches Künstlerduo, Anm.*), Paul Himmel und Joel Meyerowitz.

Die von uns gezeigten Bilder sind für Hermès entstanden. Hat Ihnen das Modehaus viele Vorschriften gemacht?

Sie waren sehr nett und unglaublich offen für meine Ideen. Die Vereinbarung war, dass ich tagsüber fotografiere und am Abend per E-Mail darüber berichte.

Wo sind die Bilder entstanden?

In und um Portland.

Sie haben für Hermès auch einen kurzen, sehr märchenhaften Film gestaltet. Wo haben Sie sich die Inspiration dafür geholt?

Hermès hat mir vorgeschlagen, einen Film über einen Prinzen und eine Prinzessin zu drehen. Also habe ich mir vorgestellt, eine zu sein, und einen Film über mich und meinen Prinzen gemacht.

Was planen Sie für die Zukunft?

Weiterhin Bilder zu machen. Ich möchte Filme und Musikvideos drehen. Ich will einfach weiterhin Bilder schaffen, ich werde nicht aufhören. Das kann ich gar nicht.

Tavi Gevinson begann mit elf Jahren, über Mode zu bloggen. Kennen Sie sie?

Ja! Ich arbeite jetzt für ihr Onlinemagazin „Rookie“. Kennengelernt haben wir uns, als ich sie für das „Zeit Magazin“ fotografierte. Sie schreibt meinen Lieblingsblog.

Welche Blogs verfolgen Sie noch?

Ich mag auch Hazel Cills' Blog „Bonjour Girl“ sehr gerne, ebenso Elle Hardwicks „caravans.tumblr.com“ und „Internet K-Hole“. Gut finde ich Blogs mit Bildern, die das gewisse Etwas haben.

Woran arbeiten Sie zurzeit?

Am Film „Sisterhood of Night“. Ich habe eine ganz kleine Rolle und mache die Einzelaufnahmen. Außerdem habe ich gerade Fotos für eine große Sportfirma gemacht.

Kennen Sie Österreich?

Tue ich nicht, aber ich wollte immer schon einmal hinfahren. Ich liebe „The Sound of Music“, seit ich ein ganz, ganz kleines Mädchen war, und ich habe mir das Land immer so schön ausgemalt. ★



ELIE SAAB
LE PARFUM

NEW EAU DE TOILETTE





LIEBESGRÜSSE AUS SHANGHAI

Im neuen Bond-Film „Skyfall“ dreht sich zunächst alles um Shanghai – und dann um sie: Wir haben die französische Schauspielerin **Berenice Marlohe** gefragt, wie ihr die Stadt gefiel. VON ALEXANDER PFEFFER

James Bond brachte Sie nach Shanghai. Wie haben Sie die Millionenmetropole erlebt?

Ich fand das Licht der Stadt ganz erstaunlich, es verleiht ihr eine magische Atmosphäre, die Stadt ist wie ein Filmset.

Was hat Sie am meisten überrascht?

Das alte Shanghai.

Was sind Ihre Lieblingsplätze?

Für den Nachmittag empfehle ich das Teehaus beim Wu-Garten. Kunstinteressierte sollten unbedingt in Moganshan Lu vorbeischauen, dem Galerienviertel Shanghais.

Unser Foto entstand beim Omega-Shooting im Swatch Art Peace Hotel.

Wie fanden Sie die Location?

Das Swatch Art Peace Hotel ist ein erstaunlicher Ort, sehr futuristisch, sehr inspirierend und sehr filmisch.

Welche Wörter beherrschen Sie auf Chinesisch?

Ni hao: hallo – xie xie: danke – woa jiao: Mein Name ist ...

Welche Souvenirs haben Sie aus Shanghai mitgenommen?

Einen Gürtel und ein paar kulinarische Spezialitäten – und die Erinnerung an die Skyline Shanghais.

Eine Stadt ist nicht genug: die drei wichtigsten Metropolen?

New York, Tokio und Phnom Penh.

PORZELLANMANUFAKTUR AUGARTEN

LUXUS AUS WIEN

1718 gegründet, ist die Wiener Porzellanmanufaktur Augarten die zweitälteste Europas. Heute wie damals wird jedes Stück von Hand gefertigt und bemalt.

Wiener Porzellan ist berühmt für seine zarte und anmutige Form, die Reinheit der Linien und die exquisite Ausarbeitung. Höchste Qualität und Perfektion in der Fertigung jedes einzelnen Stückes stehen in der Porzellanmanufaktur an erster Stelle.

Die Produktpalette reicht von klassischen Dekoren über modernes weißes Porzellan bis hin zu außergewöhnlichen Formen und Designs, die von Augarten seit Bestehen der Manufaktur in Kooperation mit namhaften Künstlern kreiert werden.

ASCHENBECHER „HAVANNA“

Der formal reduzierte Zigarren-Aschenbecher „Havana“ ermöglicht mit seinen großzügigen Ablageflächen ein genussvolles Zigarrenrauchen. Das Modell wurde vom Designer Gottfried Palatin aus einem Alabaster-Block frei herausgeschliffen und erhielt so seinen skulptural-sinnlichen Charakter. Erhältlich ist der Aschenbecher „Havana“ in weiß, schwar-

zem Dekor sowie mit poliertem Gold- oder Platindekor ab 95 €.

CHAMPAGNERSCHALEN: EXTRAVAGANTER LUXUS

Die fragile Champagnerschale ist ein Muss für jeden Freund exzellenter Tropfen und exquisiten Designs. Der Inhalt bleibt erfrischend kühl und die Form der Champagnerschale bietet ein ganz neues sinnliches Erlebnis.

Das polierte Gold- und Platindekor besticht als Sinnbild extravaganter Geschmacks nicht nur durch seine edle Optik, sondern unterstreicht auch den Glanz der Schalen. Augarten verwendet dafür 24-karätiges Gold und hochwertigstes Platin.

Erhältlich in Gold- oder Platindekor um 98 €.

MOKKA-GESCHENKBOX

Das Mokka-Set mit je zwei Tassen und Untertassen besticht durch seine zeitlose Form.

Das für Augarten berühmte Weiß und der Glanz der Glasur kommen bei diesem Set besonders gut zur Geltung.

Erhältlich ist das Set in zwei verschiedenen Formen in weiß sowie mit zwei Dekoren - Wiener Rose und Elisabeth ab 99 €.



Adressen

Unsere Erzeugnisse erhalten Sie in Augarten Filialen und im gehobenen Fachhandel

Manufaktur - Shop -
Museum Wien 2,
Obere Augartenstraße 1

Flagship-Store
Wien 1, Spiegelgasse 3

Augarten Linz
Linz, Arkade, Landstraße 12

Augarten Salzburg
Salzburg, Alter Markt 11



An aerial photograph of Tokyo, Japan, taken at sunset. The sky is a mix of soft pinks, oranges, and blues. The city below is densely packed with buildings, and the Tokyo Skytree tower stands prominently on the right side of the frame. The tower's lattice structure is clearly visible against the city and sky.

TOKIO, JETZT

Japans Hauptstadt ist eine der spannendsten Metropolen der Welt – nicht nur wegen ihrer spektakulären neuen Bauten. Was muss man über die Stadt wissen? Ein Kurz-Alphabet.

VON NIKLAS MAAK

Skytree.

Mit 631 Metern fast doppelt so hoch wie der Tokyo Tower: Der im Mai eingeweihte und „Skytree“ genannte Fernsehturm ist das zweithöchste Gebäude der Welt



Aussicht. Von hier oben könnte man bis zum Fuji schauen, wenn er nicht im dunstigen Smog verschwunden wäre. Was man von der Aussichtsplattform des sogenannten Skytree sieht, ist die endlose Ausdehnung der 35-Millionen-Metropole. Im Mai

wurde der neue Fernseh- und Rundfunksendeturm von Tokio eingeweiht. Er ist mit 634 Metern fast doppelt so hoch wie das bisherige Wahrzeichen der Stadt, der 1958 gebaute, an einen Eiffelturm im Streifenkostüm erinnernde Tokyo Tower. Einige Japaner mögen den Skytree schon deswegen, weil er den chinesischen Canton Tower als höchsten Fernsehturm der Welt ablöste. Nach dem Burj Khalifa in Dubai ist der Skytree das zweithöchste Bauwerk der Welt.



Buskatze. Jedes Kind in Japan weiß, was eine Nekobasu, eine Buskatze ist. Die Buskatze ist so groß wie ein Bus, und vielleicht ist sie auch ein Bus – aber einer mit einem Katzenkopf und zwölf Beinen statt Rädern, und sie kommt, wenn sie von Totoro gerufen wird, dem rätselhaft-freundlichen Waldmonster aus dem 1988 gedrehten gleichnamigen Anime-Film. In Japan ist die Geschichte von Totoro, der von den Töchtern eines Tokioter Professors in den Wäldern von Matsuo entdeckt wird, so bekannt wie Pippi Langstrumpf und Pu der Bär bei uns; kein japanisches Kind, das im Wald nicht nach Totoro suchen will.



China. Kein gutes Thema gerade. Zur Eskalation des Konflikts um die von beiden Ländern beanspruchten Senkaku-Inseln hat auch der Schriftsteller und Politiker Shintaro Ishihara beigetragen, der 1956 mit dem bedeutendsten japanischen Literaturpreis, dem Akutagawa-Preis, ausgezeichnet wurde und bis vor einem Monat Gouverneur der Präfektur Tokio war. Vor ein paar Wochen gründete er die nationalistische „Taiyo no To“, die „Partei der Sonne“. Einer seiner Erlasse erlaubt japanischen Rechtsradikalen, auf den Straßen der Präfektur über mobile Lautsprecherfahrzeuge nationale Kampflieder abzuspielen. Im April 2012 hatte Ishihara mit seiner Ankündigung, die Präfektur Tokio werde die im äußersten Südwesten Japans liegenden Senkaku-Inseln kaufen, die politische Krise ausgelöst.



Design. Nicht alles wird von der Globalisierung eingeebnet. Die Dinge des Alltags – Möbel, Autos, Geräte – sehen in Japan anders aus als in Europa. Während in Amerika Möbel und Trucks eine grobstollig-praktische Robustheit ausstrahlen, als wüssten sie, dass sie viele Stürme und Reisen durch ein weites Land überstehen müssen, und während deutsche Produkte oft die unverrückbar schwere Perfektion von Mercedes-Limousinen und Benz-Sofagruppen aufweisen, wirken viele Dinge in Japan leicht, improvisiert, beweglich und delikat, sie haben andere Proportionen, die die japanische Tradition des formalen Spiels mit Leerflächen und Spannungen fortführen, und andere Farben: milchig helle Creme- und Lilatöne, die man in Europa kaum findet.



Edo-Museum. Wenn es regnet und man nicht durch die wenigen historischen Gassen von Tokio wandern will, geht man hierhin: Im Bauch des raumschiffartigen Riesengebäudes wurden viele Häuser des alten Tokio eins zu eins nachgebaut.



Fischmarkt. Groß wie ein Stadtviertel. Frühmorgens finden die berühmten Thunfischauktionen statt, täglich werden über 2000 Tonnen Fisch umgesetzt. Beeindruckend, steht in jedem Reiseführer. Nicht in jedem Reiseführer steht, dass man nach

Beschwerden der Fischhändler nicht mehr einfach in die Hallen laufen kann, sondern ab halb vier Schlange stehen muss und vielleicht auch nicht hineingelassen wird. Man kann dann nur heimlich hinten links bei den Lastwagen durchlaufen und im Restaurant der reizenden Frau Misae Iwata ein frühes Sushi essen – was man in jedem Fall tun sollte. Frischeren Fisch gibt es nirgendwo. Der Thunfisch zerfällt bei Berührung mit dem Stäbchen in zwei Teile; neunzig Prozent dessen, was in Österreich als Sushi verkauft wird, kommt einem danach wie Gummibärchen mit Dachpappe vor (Iwasa Sushi, 1rst Boulevard, Tsukiji-Markt). Besucher müssen sich beeilen, 2015 soll der Markt in den 1935 gebauten Hallen geschlossen und weiter außerhalb angesiedelt werden.



Gassen. Wer dort, wo der Omotesando schmaler wird, Richtung Roppongi Hills weiterläuft, landet unvermittelt in einem dörflich engen Viertel mit schief stehenden alten Hütten, in dem die Straßen kaum zwei Meter breit sind. Holzhäuschen wie am Meer, uralte Bauten, stille Friedhöfe – und dann genauso plötzlich wieder dreistöckige Autobahnen und Wolkenkratzer: Tokio ist keine Stadt, sondern ein Labyrinth aus 1000 Dörfern, aus denen die Hochhausviertel wie seltsame Oasen wachsen.



Häuser. Nirgendwo ist Architektur zurzeit so interessant wie in Japan. In Ginza und Marunouchi entsteht ein spektakuläres Luxusgebäude nach dem anderen, aber die wichtigsten neuen Bauten sind Einfamilienhäuser wie das gerade fertiggestellte House NA, mit dem der 1971 geborene Architekt Sou Fujimoto ein paar grundlegende Fragen zum Bauen und Wohnen neu beantwortet. Muss ein drei Etagen hohes Haus zwangsweise drei Stockwerke haben? Muss es nicht – es kann, wie man hier sieht, auch dreiundzwanzig Ebenen haben. Man klettert durch dieses Haus wie durch einen abstrahierten Baum; als luftiger Leichtbau wie die Ente und das Surfbrett davor, ist es ein gebauter Lebensentwurf, die Hülle für ein offeneres, leichteres, vom Ballast des Eingerichteten befreites Dasein.

Auch baupolitisch ist Japan vorbildlich: Private Bauherren wurden verpflichtet, die Dächer ihrer Gebäude mit Rasen oder Grünpflanzen bewachsen zu lassen, falls die Dachfläche 1000 Quadratmeter übersteigt. Vom Staat errichtete Häuser müssen schon ab 250 Quadratmetern Dachflächen begrünt werden. So entsteht das, was durch die Neubauten an Natur verdrängt wurde, wieder auf ihren Dächern – als schwebende Parks.



Insomnia. Die große japanische Schlaflosigkeit. Aus Europa und Amerika Angereiste erleben Japan meistens durch den Schleier einer tief sitzenden Müdigkeit. Der hoch gefeierte, obwohl reichlich japanfeindliche Film „Lost in Translation“ reitet auf diesem Zustand ausgiebig herum. Wer morgens um vier nicht mehr schlafen kann, sollte in einem der zahllosen Fernsehsender Sumo-Ringen schauen. Dicke Männer schieben und hebeln sich an den Hüften aus dem

VERSCHENKEN SIE

ZU WEIHNACHTEN EIN

ECHTES JUWEL.

Legerer Luxus statt klassischer Schmuck. Überraschen Sie Ihre Lieben mit 5-Sterne-Komfort, entspannter Atmosphäre und persönlicher Freiheit: Legen Sie ihnen eine Reise mit der neuen EUROPA 2 unter den Weihnachtsbaum.

MS EUROPA 2



 **Hapag-Lloyd**
Kreuzfahrten

www.hlkf.at



Im „Robotaya“ balancieren die Köche das Essen auf langstieligen Brettern bis vor die Nase der Gäste und brüllen wild herum

Kreis. Schaut man drei Stunden lang Sumo-Übertragungen, kann man perfekt „Hakeoi-nokota“ rufen, die Startformel der Kämpfe – erfreut alle japanischen Gastgeber, wenn man es tut.



J-Pop. Japanische Popmusik: Vieles ist ohrenbetäubend und furchtbar, aber das gilt für Deutschland mindestens genauso, und so etwas Furchtbares wie Rosenstolz gibt es in Japan immerhin nicht. Der Altmeister des plätschernden Easy Listening heißt Tatsuro Yamashita („Ride on Time“), einen höheren Folk- und Rock-'n'-Roll-Anteil hat die Musik von Saito Kazuyoshi („Zuttousodatta“).



Karaoke. Manche japanischen Gastgeber bestehen hartnäckig auf dem gemeinsamen Playback-Singen. Nie „Stand by Your Man“ versuchen, wenn man sich nicht sicher ist, dass man wirklich genauso wie Tammy Wynette singen kann. Nie „Peggy Sue“ singen, wenn man am nächsten Tag von seinen Geschäftspartnern noch ernst genommen werden will.



Legende der 47 Ronin. Asano Naganori, ein junger Fürst und Herr der Burg Ako, reiste im März des Jahres 1701 nach Tokio, um am Empfang des Kaisers im Palast des Shoguns teilzunehmen. Der Zeremonienmeister Kira Yoshinaka verlangte Bestechungsgelder für seine Dienste. Als Asano ablehnte zu zahlen, beleidigte Kira ihn so schwer, dass Asano das Schwert zog und den Zeremonienmeister im Gesicht verletzte. Nach dem Vorfall wurde Asano zum Seppuku, einem rituellen Selbstmord, gezwungen. Die ihm unterstellten Samurai-Krieger waren nun Ronin, herrenlose Kämpfer, und beschlossen, ihren Herrn zu rä-

chen; im Dezember 1701 umstellten 47 Samurai das Haus von Kira, brachten ihn auf, schlugen ihm den Kopf ab und trugen ihn zum Sengakuji-Tempel, wo sich das Grab des Fürsten befand. Danach stellten sie sich den Behörden des Shoguns. Zum Tode verurteilt, begingen Asanos Samurai Selbstmord und wurden neben ihrem Herrn begraben. Jedes Jahr am 14. Dezember wird zu ihren Ehren am Sengakuji-Tempel das Gishi-Fest gefeiert, während sich die Gelehrten ebenso wie die einfache Bevölkerung jahrhundertlang immer wieder gern stritten, was in diesem Fall höher zu bewerten sei: der unbedingte Respekt für das Gesetz des Shoguns, dessen Behörden, wenn sie den Frieden erhalten wollen, keine Gewaltausbrüche wie den Asanos tolerieren können – oder die Loyalität der Samurai, die die tödliche Provokation ihres Herrn nicht ungeahndet lassen dürfen.



Museum of Western Art. Weil niemand aus dem Westen nach Tokio reist, um dann dort westliche Kunst zu sehen, geht hier fast kein Tourist hin. Das ist ein Fehler – denn in dem unter anderem von Le Corbusier 1959 entworfenen Gebäude hängt, neben Werken von Veronese, Rubens, Brueghel und Fragonard, auch ein erstaunliches Gemälde von Jackson Pollock, das einmal mehr zeigt, wie sehr der abstrakte Expressionismus auch von der japanischen Kalligrafie beeinflusst war.



Nishizawa, Ryue, der wichtigste jüngere Architekt Japans. Wenn man sich nur einen Namen merken mag, dann diesen. Der 1966 geborene Nishizawa ist Mitgründer des Architekturbüros Sanaa, das in Lausanne die spektakuläre Betondünenlandschaft der École Polytechnique und im nordfranzösischen Lens die neue Filiale des Pariser Louvre gebaut hat, die

am 11. Dezember für das Publikum eröffnet werden soll. In Tokio hat Ryue Nishizawa das Moriama House gebaut, eine revolutionäre Wohnlandschaft aus neun strahlend weißen, gerade mal hotelsuitengroßen Kleinsthäusern.



Occupy Tokyo. Gab es. Niemand berichtete darüber. Der Protest galt vor allem den Managern des Energiekonzerns Tepco (Tokyo Electric Power Company), die erst vor wenigen Wochen zugeben mussten, die Öffentlichkeit im

Frühjahr 2011 über das Ausmaß der Atomkatastrophe von Fukushima ausgiebig belogen zu haben.



Peninsula Hotel Tokyo. Wurde vor fünf Jahren eröffnet. Bekannt für die größte Hotelsuite der Stadt, die größer als ein klassischer Tokioter Häuserblock ist (347 Quadratmeter), und den Blick auf den kaiserlichen Garten. Autofans können sich den hotel-eigenen Audi R8-Sportwagen ausleihen und schauen, was passiert, wenn man einfach kreuz und quer durch Tokio fährt, bis einen nur noch die Navigation retten kann: immer noch eine der besten Arten, eine Stadt kennenzulernen.



Querulanten. Fast jeder kennt den Flughafen Narita – kaum jemand weiß, dass dort, mitten auf dem Rollfeld, ein Bauernhof steht. Als 1966 der Bau des Flughafens beschlossen wurde, weiger-

ten sich einige Bauern, ihr Land aufzugeben. Ein Hof ist heute noch da, umzingelt von Lande- und Startbahnen. Die Bauern erreichen ihn nur durch einen Tunnel, aber sie geben nicht auf.



Robotaya Roppongi Restaurant. Eins der besten Restaurants des Viertels. Man sitzt um einen großen Tisch mit Zutaten herum, dahinter wird gekocht. Die Köche haben eine geradezu beunruhigend glänzende Laune, sie balancieren die Getränke und das Essen auf langstieligen Brettern bis vor die Nase der Gäste und brüllen wild herum. Aber was? Laut unseren japanischen Begleitern riefen sie: „Sie da, was braucht sie? Noch ein Bier? Dann bekommt sie noch eins!“ Vielleicht riefen sie aber auch: „Ich lach mich schief, wie diese Deutschen wieder aussehen“ oder „Das da hinten ist doch die Dingsda aus diesem Vampirfilm“. Es war tatsächlich Kirsten Stewart, und sie sah tatsächlich sehr blass aus.



Sake.
Immer
warm
trinken.



Taxis. Viele lokale Eigenheiten, die die Atmosphäre einer Stadt ausmachen, verschwinden. In Paris war das Licht in der Stadt nachts bis 1993 dunkler und geheimnisvoller, weil alle Autos mit gelben statt weißen Scheinwerfern ausgerüstet wurden, bis eine



GEINBERG⁵
PRIVATE SPA VILLAS

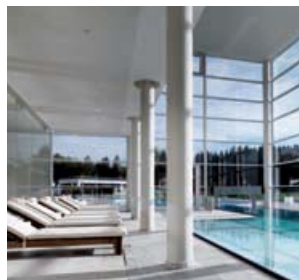


Endlich allein zu zweit.
In Ihrer eigenen Private SPA Suite am Wasser.
Mit privatem Wellnessbereich. À la carte Kulinarik zu jeder Tageszeit. Private Butler Service. Massagen und Beauty-Treatments in der Suite. Exklusiv SPA und Orientalische Erlebniswelt mit Hamam. Und gleich nebenan: die ganze wunderbare World of Wellness des Thermo Geinberg SPA Resorts.

GEINBERG⁵ • Thermenstraße 13 • A-4943 Geinberg
Tel. +43 (0) 7723/8501 5555 • Fax +43 (0) 7723/8501-999
office@geinberg5.com • www.geinberg5.com



Dieses Projekt wurde im Rahmen des Programms Regionale Wettbewerbsfähigkeit OÖ 2007-2013 aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung sowie aus Mitteln des Landes OÖ gefördert.



EU-Verordnung die Erkaltung der Pariser Nacht einleitete. Oder die Taxis: Das Erste, was einem mitteilt, wo man eigentlich gelandet war, ist das Taxi, in das man am Flughafen einsteigt – in New York die gewalttätig rumpelnden gelben Ford-Taxis mit ihrer Trennscheibe und dem hellblauen Kunstlederpolster, in London die schunkelnden, desolat scheppernden Black Cabs – und in Tokio die alten Toyotas mit ihren automatisch aufliegenden Türen und den weißen Stickdecken auf den Kopfstützen, die man sonst nur auf den Mahagonitischen älterer Damen findet. Skandalöserweise werden in allen drei Städten bald Nissan-Kleinbusse als Taxis eingeführt.

U-Bahn. Im Stadtgebiet von Tokio leben zehn Millionen, in der Metropolregion mehr als dreimal so viele Menschen. Viele fahren stundenlang zur Arbeit – und lesen dabei Zeitung. Japan ist das Land der Zeitungsleser: Die konservative „Yomiuri Shinbun“ erscheint zweimal täglich, morgens mit einer Auflage von über 8,3 Millionen Exemplaren, abends mit fast vier Millionen und erreicht über 26 Millionen Leser.

Verstrahlung. Was bleibt von Fukushima? Beim ersten Sushi, beim Blick über die nächtliche Stadt, die unter einem feinen Nebel liegt, bleibt ein ungutes Gefühl. Das Auswärtige Amt erklärt, aus radiologischer Sicht sei ein Aufenthalt in Japan, außer in den gesperrten Gebieten, unbedenklich. Bei einigen Fischarten in

der Fangverbotszone von Fukushima hat man Überschreitungen des zulässigen Höchstwertes festgestellt. Wanderfischarten wie Bonitos, Thunfische oder auch Lachse wiesen keine Besonderheiten oder nur Werte auf, die deutlich unterhalb des EU-Höchstwertes lagen. Trotzdem ließ sich sogar in Blauflossen-Thunfischen vor der amerikanischen Pazifikküste Cs-134 aus den Fukushima-Freisetzung nachweisen - allerdings in gesundheitlich irrelevanten Dosen.



Wasser. Tokio liegt nicht weit vom Meer entfernt. Bis zu den ersten schönen Stränden, denen von Kamakura, fährt man etwa 40 Kilometer nach Süden oder eine Stunde mit dem Nahverkehrszug.



X-Kreuzung. An vielen Kreuzungen geht man auf x-förmigen Markierungen diagonal über die Straße. Unerklärlich, warum es das hier nicht gibt.



Yakuza. Vor ein paar Wochen musste der frisch ernannte Justizminister Tanaka zurücktreten, weil herauskam, dass er einmal als Ehrengast bei der Hochzeit eines Bosses der Mafiaorganisation Yakuza eingeladen war. Er habe erst auf dem Fest gemerkt, wer da alles kam, verteidigte Tanaka sich, sei dann aber vorsichtshalber auch geblieben.

Bezahlte Einschaltung

Das Fünf-Sterne-Hotel punktet mit einem 2500 Quadratmeter großen Spa-Bereich und speziellen Therapien.

WOHLFÜHLEN IM STEIRERHOF BAD WALTERSDORF

Inmitten von 60.000 Quadratmetern Naturgarten liegt auf einer Anhöhe das Fünf-Sterne-Hotel & Spa „Der Steirerhof Bad Waltersdorf“. Die Wohlfühloase ist in die sanfte steirische Hügelandschaft mit herrlichem Ausblick eingebettet. Die Gastgeber Werner und Gunda Unterweger sowie das gesamte Hotel-Team tun alles, um einen Aufenthalt im Hotel der „tausend Kleinigkeiten“ zu einem traumhaften Erlebnis werden zu lassen.



Der Steirerhof Bad Waltersdorf, eingebettet ins steirische Hügelland

„Der Steirerhof Bad Waltersdorf“, das führende Wellness-Hotel des steirischen Thermenlandes, in das 2010 vier Millionen € für Verbesserungen investiert wurden, feiert 2012 sein 20-jähriges Bestandsjubiläum. Es wurde vom unabhängigen Hotelführer RELAX GUIDE 2013 wieder mit

der Höchstnote von 20 Punkten und bereits zum elften Mal in ununterbrochener Folge mit vier Lilien bewertet.

ERSTER LADIES SPA

Eines der vielen Highlights des

Steirerhofs Bad Waltersdorf ist die 2500 Quadratmeter große hotel-eigene Therme (Zutritt nur für Hotelgäste) mit insgesamt sechs Pools, acht Saunen und Österreichs erstes „Ladies Spa und Sauna“. Weiters gibt es den 1250

Quadratmeter großen „Vital & Spa“-Bereich, gemütliche Zimmer mit Balkon und eine mehrfach ausgezeichnete Küche im steirisch-mediterranen Stil.

Die neue Tanztherapie (die nichts mit klassischen Tänzen zu tun hat) ermöglicht eine Kombination aus Urlaub und Burn-out-Prävention. Sie ist eine Wohltat für Körper, Geist und Seele und kann von den Gästen des Steirerhof Bad Waltersdorf in Anspruch genommen werden.

KONTAKT

Hotel & Spa
DER STEIRERHOF*****
8271 Bad Waltersdorf,
Tel: 03333-3211-0,
Fax DW: -444,
reservierung@dersteirerhof.at
www.dersteirerhof.at



Züge. Man muss einmal den Shinkansen nehmen. Der Shinkansen ist der sicherste, schnellste, pünktlichste und schönste Zug der Welt. Von Tokio nach Osaka fährt der Shinkansen in knapp zweiein-

halb Stunden – genau der Hälfte der Zeit, die ein ICE für die deutlich kürzere Strecke von Berlin nach Nürnberg braucht. Hat ein Lokführer mehr als 15 Sekunden Verspätung, muss er sich schriftlich verantworten.

DER WEG NACH TOKIO

Anreise> Von Wien fliegt die Austrian (www.austrian.com) direkt nach Tokio, von Frankfurt beispielsweise die ANA (www.ana.co.jp). Im jährlichen Ranking des deutschen Unfalluntersuchungsbüros Jacdec gilt die ANA als sicherste Airline der Welt. Sie ist die einzige Fluglinie, die den Dreamliner 787 von Deutschland aus einsetzt. Hin- und Rückflug von Frankfurt nach Tokio in der Economy Class kostet ab ca. 800 €.

Übernachtung> Tokios erste Hoteladresse ist das „Peninsula Hotel Tokyo“ (www.peninsula.com).

Allgemeine Informationen zu Reisen nach Japan unter www.jnto.de



Der richtige Standort zählt ...



Residenz am Nussberg

Wien XIX, Nussberggasse 2c, Appartements von 200 bis 315 m²

Eingebettet in die malerischen Weingärten Nussdorfs finden Sie eines der exklusivsten Appartementobjekte Wiens. Die aussergewöhnliche Anlage erfüllt alle Anforderungen für Wohn-Connaisseurs: moderne Architektur, großzügige Fensterfronten, grandiose Aussicht über Wien, Echtholzböden, mit Schieferstein getäfelte Kamine, funktionelle Küchen, Garagenplätze sowie jede Menge liebevoller Details.

Tief im Inneren des Südhanges wurde der original erhaltene alte Bockkeller zum urigen Mehrzweckgewölbe adaptiert – ideal für Feierlichkeiten geeignet. Eigene Kellerabteile dienen der Lagerung erlesener Weine. Zur Erholung steht ein exklusiver Spa-Bereich, Sauna und Dampfbad, ein Indoor-Pool sowie ein Außenbecken inmitten einer Grün-Oase zur Verfügung. Alle Wegstrecken sind überdacht zu begehen.

Beratung & Infos unter:



01 535 01 01

gre.general.at



Wohnungen Büros Geschäftslokale Hausverwaltung

A photograph of Melinda Gates sitting on a wooden stool outdoors, laughing heartily. She is wearing a light-colored long-sleeved shirt and dark blue trousers. Behind her, a man in a dark suit and white shirt is also laughing. They are sitting under a large tree with green leaves. The ground is dirt with some dry leaves.

„Wem viel gegeben wird, von dem wird auch viel erwartet“

Melinda Gates ist die größte Wohltäterin der Welt. Mit ihrem Mann Bill hat sie 25 Milliarden Dollar ausgegeben gegen Armut und Krankheiten. Ein Gespräch über Renditeziele für gute Taten, die Ehe mit Bill und das iPod-Verbot für ihre Kinder.

VON BETTINA WEIGUNY



deluxe: Frau Gates, Sie und Ihr Mann Bill sind die größten Wohltäter der Welt. Wie viel Geld hat Ihre Stiftung bisher investiert?

MELINDA GATES: Etwa 25 Milliarden US-\$ seit der Gründung 1994.

Was macht mehr Spaß: Geld zu verdienen oder Geld zu spenden?
Beides auf seine Weise. Ich habe neun Jahre bei Microsoft gearbeitet, habe dort Karriere gemacht und Bill kennengelernt, das war eine tolle Zeit. Aber was Bill und ich jetzt mit unserer Stiftung machen, ist spannender. Wenn man wie ich dreimal im Jahr in Entwicklungsländern unterwegs ist, lernt man jeden Tag dazu: Man lernt, genau zu beobachten, zuzuhören – und Demut.

Und was ist schwieriger?

Ganz klar: das Geld sinnvoll einzusetzen. Wir engagieren uns stark in den Bereichen Armut und Gesundheit, bekämpfen die tödlichen Krankheiten Malaria, Polio, HIV und Tuberkulose. Wir wollen da konkrete Ergebnisse sehen, genau wie in der Wirtschaft – aber leider dauert es hier viel länger, bis man brauchbare Resultate in der Hand hält und merkt, ob man auf dem richtigen Weg ist.

Microsoft spürt schneller, wenn man eine Neuheit verschläft?

Dort haben Sie Wettbewerb und bekommen ein direktes Feedback vom Markt. Hast du die richtigen Produkte, dann verkaufst du sie. Hast du sie nicht, straft der Markt dich sofort ab, zumindest in der Computerbranche, aus der Bill und ich kommen.

Sie hatten am Schluss bei Microsoft die Verantwortung über 300 Angestellte...

Ich war General Manager für Multimediaprodukte wie Microsoft Bob und Expedia.

Trotzdem haben Sie nach der Geburt Ihrer ersten Tochter dort aufgehört. Wollten Sie nicht mehr als Mrs. Gates arbeiten – oder warum dieser Schritt?

Bill und ich wollten eine Familie und haben entschieden, dass ich mich erst einmal um die Kinder kümmere. Außerdem hatten wir

„Unsere Hochzeitsreise nach Afrika hat uns die Augen geöffnet“

zwei Jahre zuvor beschlossen, dass wir das Vermögen, das wir Microsoft verdanken, an die Gesellschaft zurückgeben. Deshalb hatten wir die Stiftung gegründet.

Da waren Sie gerade 29 Jahre alt. Wie kommt man auf so eine Idee?

Wir stammen beide aus Familien, die Wert darauf legen, dass man der Gesellschaft etwas zurückgibt. Bei unserer Hochzeit auf Hawaii saßen wir zum Tee zusammen und hatten unsere Mütter gebeten, etwas vorzutragen. Bills Mutter also verlas einen Brief an uns, in dem sie geschrieben hatte: „Denkt immer daran: Wem

viel gegeben wird im Leben, von dem wird auch viel erwartet.“

War das für Sie der Antrieb, als reichstes Paar der Welt die größte private Stiftung der Welt aufzubauen?

Für uns bedeutete das, mit vielen anderen Partnern zusammen den Kampf gegen die Armut aufzunehmen. Von Anfang an wollten Bill und ich etwas dagegen tun, dass die Lebensbedingungen in vielen Regionen der Welt so unvorstellbar schlecht sind. Unsere Hochzeitsreise nach Afrika hat uns die Augen geöffnet.

Sie haben Ihre Hochzeitsreise als Exkursion ins Elend geplant?

Nein, wir haben Freunde zu einer Safari-Tour eingeladen, was toll war; die Landschaft, die Tiere, wir hatten viel Spaß. Aber wir sind mit den Jeeps durch Ortschaften in Zaire gefahren, wo alle Läden geschlossen waren, wo die Frauen barfuß liefen und schwere Kisten und Kinder schleppten, eins vorn und eins auf dem Rücken. Da haben wir gesagt: Dagegen müssen wir etwas tun.

Wo fängt man da an?

Wir haben uns eingelesen: Wie kann es sein, dass Kinder in den Entwicklungsländern an Durchfall sterben – und warum so viele: 1,3 Millionen Kinder jedes Jahr? Wir haben geschaut, an welchen Krankheiten die meisten Kinder sterben und wer auf den Gebieten arbeitet. Erschrocken haben wir festgestellt, dass oft überhaupt niemand etwas dagegen unternahm. Also haben wir gesagt: Dann machen wir das jetzt.

Sie führen die Stiftung wie einen Wagniskapital-Fonds, nach dem Grundsatz: hohes Risiko, hoher Return on Investment. Kann man so Krankheiten bekämpfen?

Damit können wir auch riskantere Ansätze und Ideen verfolgen, die staatliche Einrichtungen nicht fördern dürfen, weil sie mit öffentlichen Mitteln finanziert werden.

Sie haben mehr als 4,5 Milliarden \$ in die Entwicklung von Impfstoffen gesteckt. Haben Sie die Zauberformel gefunden?

Nicht für alles, nein. In Indien ist es uns dank der Impfungen endlich gelungen, die Kinderlähmung auszurotten. Aber gegen Aids oder Malaria gibt es noch keinen wirksamen Impfstoff.

Was bedeutet das für Ihre Arbeit? Stellen Sie Ihre Bemühungen irgendwann ein?

Wir machen natürlich weiter. Bei Malaria haben wir Mittel, die effektiv vor einer Ansteckung schützen; Bettnetze und Sprays zum Beispiel. Wir investieren in die Entwicklung neuer Medikamente, die helfen, wenn man an Malaria erkrankt ist. Der Großteil unseres Budgets hier geht aber in die Entwicklung eines Impfstoffs. Da sind wir in sieben afrikanischen Ländern gerade in der dritten Testphase und hoffen, den Impfstoff bald auf den Markt bringen zu können. Gleichzeitig testen wir bereits die nächste Generation, denn wir wissen, dieser Impfstoff ist nicht die endgültige Lösung, sondern ein Anfang.

Können Sie den Kampf gegen die tödlichen Krankheiten gewinnen?

Ja, da bin ich optimistisch. Wir müssen einfach! In dem Augenblick, in dem wir hier sitzen, stirbt eine Frau in Afrika im Kindbett, jede Minute sterben zwei Kinder an Malaria, drei an Tuberkulose, und neun werden mit HIV infiziert.

Sind Impfstoffe das Allheilmittel?

Wir haben uns so lange auf die Impfungen fokussiert, weil wir erst eine Sache perfekt beherrschen wollten, bevor wir eine neue beginnen. So haben wir das im Computer-Business gelernt. Und Impfungen helfen: 1960 sind 20 Millionen Kinder unter fünf Jahren gestorben, heute sind es dank der Impfungen nur noch acht Millionen. Von den acht Millionen sterben aber 3,7 Millionen innerhalb der ersten 40 Tage. Da können Sie noch nicht impfen, denen müssen wir anders helfen.

Wie?

Indem wir kulturelle Gepflogenheiten aufbrechen. Kürzlich war ich in Nordindien, wo viele Neugeborene sterben. Die Geburt dort ist ein dreckiger und infektiöser Vorgang, deshalb wird das kasten-niedrigste Familienmitglied abkommandiert, sich nach der Geburt direkt um die Mutter zu kümmern. Das Neugeborene legt man nackt auf den dreckigen Boden, wo es auskühlt. Anschließend wird alle Schmiere, die das Baby schützt, abgerubbelt mit einer sandigen Paste, die die Haut verletzt, danach ist das Baby noch kälter und zudem ungeschützt. Würde die Mutter es nun an die Brust nehmen und stillen, würde sie es wärmen. Das tut sie aber nicht.

Warum nicht?

Weil sie wartet, bis der Geistliche sein Okay dazu gibt, das kann sieben Tage dauern. In der Zeit bekommt das Neugeborene nur verdünnte und häufig verunreinigte Ziegenmilch. All das schwächt das Baby. Das muss man ändern, indem man alle überzeugt: die Mütter, Großmütter, die Männer und Geistlichen. Dann kann sich etwas ändern.

Viele Millionen stecken Sie neuerdings in die Familienplanung: Was bringen Pillen und Kondome den Armen?

Ich will, dass jede Frau in Afrika selbst bestimmen kann, wann sie Kinder haben will und wie viele. Jede Mutter will das Beste für ihre Kinder. Wenn sie weniger Kinder hat, kann sie sich besser um sie kümmern und hat eine Chance, ihrer Arbeit weiter nachzugehen, genau wie wir Frauen in den westlichen Ländern das machen. Das leuchtet auch allen ein, niemand würde dagegen

Warum sagen Sie nicht: So, Bill, jetzt retten wir Griechenland? „Weil unser ganzes Vermögen dafür nicht reichen würde“

argumentieren; trotzdem tut niemand etwas dafür, dass diese Frauen aufgeklärt werden und verhüten können.

Vielleicht weil die Menschen nicht gerne über Sex reden? Ihr Mann hat einmal gesagt, Tuberkulose sei auch kein gutes Thema für eine Cocktailparty.

Damit hat die Zurückhaltung bestimmt etwas zu tun. Aber auch damit, dass die Frauen in Afrika keine Stimme haben, Männer dort gerne viele Kinder haben und die Kindersterblichkeit so hoch ist – wo wir wieder bei unserem Kampf gegen Armut und Krankheiten wären.

Was haben Verhütung und Armut miteinander zu tun?

Viel. Eine Langzeitstudie hat gezeigt, dass sich das Leben in Kommunen, in denen vor 20 Jahren ein Verhütungsprogramm gestartet wurde, deutlich verbessert hat. Die Frauen und Kinder dort waren gesünder als in den Nachbarkommunen, die Frauen verdienten dort mehr und hatten weniger Kinder.

Bill und Sie haben drei Kinder. Waren die geplant?

Ja, waren sie. Ich wusste früh, dass ich eine Familie möchte, aber ich wollte auch studieren, dann wollte ich arbeiten, und dann war der richtige Zeitpunkt für Kinder gekommen. Auch der Abstand von drei Jahren war kein Zufall. So hatten wir Zeit, uns auf jedes zu konzentrieren.

Boarding House OrchideenPark

www.ig-boardinghouse.at



Kurzzeit-Mieten in 1190 Wien mit Top-Services wie im Hotel

- Elegante servicierte Apartments mit Concierge
- Outdoor Pool, Wellness, Sauna, Fitness Center
- Ideal für Geschäftsreisen oder Privataufenthalte

Boarding House OrchideenPark

Püchlgasse 1A-1D, 1190 Wien
Reservierung Tel. +43/1/236 29 88 10
concierge@orchideenpark.at
www.ig-boardinghouse.at





MILLIARDÄRIN MIT MISSION

Melinda Gates wird am 15. August 1964 in Dallas geboren. Als Beste ihres Jahrgangs verlässt sie die High School und studiert Computerwissenschaften und Wirtschaft (MBA). 1987 fängt sie bei Microsoft an. 1994 heiratet sie Microsoft-Gründer Bill Gates. 1996 kommt Tochter Jennifer auf die Welt, 1999 Sohn Rory, 2002 Tochter Phoebe. Heute leiten die Eheleute die „Bill & Melinda Gates Foundation“ in Seattle. Die Stiftung unterstützt Projekte in 100 Ländern, ihr Geld (2,6 Milliarden \$ allein 2010) fließt in Entwicklungshilfe, Bildung und Gesundheitsförderung.



Sie sind auf eine katholische Mädchenschule gegangen. War Verhütung dort ein Thema?

Wir haben vor allem zwei Dinge gelernt: soziale Gerechtigkeit und dass jeder Mensch dienen muss. Als Verhütung empfohlen die Nonnen die Messmethoden mit Temperatur und Zyklus. Aber auch für Katholiken ist moderne Verhütung normalerweise kein Thema mehr, vor allem in Europa. In Amerika haben wir das Problem, dass Verhütung in den Zusammenhang mit Abtreibungen gebracht wurde. Das will ich wieder trennen.

Wer verhütet, treibt nicht ab ...

So ist es. Wir wissen, dass die Zahl der Abtreibungen zurückgeht, wenn die Frauen Zugang zu Verhütungsmitteln haben.

Der Papst ist dagegen.

Niemand kann etwas dagegen haben, dass eine Frau in Afrika sich Zeit nimmt für ihre Kinder, sie stillt, solange es geht. Viele Frauen dort arbeiten, um die Familie zu ernähren und den Kindern eine Ausbildung zu ermöglichen. Aber wie soll sie weiterhin die Wäsche für andere machen, ihr Mini-Business weiterführen, das sie sich aufgebaut hat, wenn sie ständig schwanger ist?

Auf einer Ihrer Reisen hat eine Frau Sie gebeten, ihre beiden Kinder mit nach Amerika zu nehmen. Was haben Sie ihr geantwortet?

Das war eine schreckliche Situation. Der Mann hatte sich verletzt, sie hatten kein Feld, das sie beackern konnten, und die Frau hat mich angefleht: Bitte, wir haben nichts mehr, wir können die Kinder nicht ernähren! Und ich musste sagen: Sorry, ich würde gerne, aber ich kann nicht alle Kinder mit nach Hause nehmen.

Dabei haben Sie in Ihrem riesigen Haus genug Platz.

Die Frau wusste zum Glück nicht, wer ich bin. Sie dachte, ich bin irgendeine Frau aus dem Westen. Und ich darf nicht daran denken, was für ein anderes Leben diese Kinder in Amerika hätten! Aber unsere Aufgabe ist es, Lösungen zu finden, damit das Leben für alle Kinder besser wird.

Drückt Sie das Gewissen?

Nein. Wir geben das Geld ja nicht für uns aus. Da wüsste ich auch gar nicht, wofür. Unser Freund Warren Buffett sagt immer: Wir bauen uns schließlich keine Pyramiden von dem Geld.

Der legendäre Investor Warren Buffett ist ähnlich reich wie Sie und ein langjähriger Bridge-Freund Ihres Mannes. Reicht das aus, um einem Milliarden \$ zu vermachen, wie er es getan hat?

Er hat unserer Stiftung das Geld vermacht, weil er die Arbeit richtig und gut findet. Zudem wollte er ein Zeichen setzen.

Es war der furiose Auftakt der „Giving Pledge“-Initiative, mit der Sie andere Milliardäre auffordern, sich von mindestens der Hälfte ihres Vermögens zu trennen.

Es war Warrens Idee. Er hat immer gesagt: Niemand sollte an seinem Vermögen kleben.

Sie vermachen mehr als 90 Prozent des Vermögens der Stiftung: 100 Milliarden \$. Was sagen Ihre Kinder dazu?

Sie wissen Bescheid, das ist kein Thema für sie. 40 superreiche Amerikaner haben sich Ihnen damals angeschlossen – darunter Facebook-Gründer Mark Zuckerberg und Karstadt-Investor Nicolas Berggruen. Seither hat man nichts mehr gehört. Ist die Initiative eingeschlafen? Ganz im Gegenteil. Mittlerweile sind wir 69 und kommenden Monat stößt eine neue Gruppe zu uns. Namen kann ich noch nicht verraten, aber es sind einige. Wir hören nicht auf, bis es völlig normal für die Menschen ist, dass sie das, was sie erwerben, der Gesellschaft zurückgeben.

Fühlen Sie sich wie eine Göttin mit Kreditkarte?

Nein, so sehe ich das nie. Was uns erdet, sind die Reisen. Ich ver-

suche, mich in die Frauen, die wir treffen, hineinzusetzen: Wenn ich hier geboren wäre, was würde mir helfen?

Kritiker werfen Ihnen vor, mit der einen Hand zu geben, was Sie mit der anderen als Microsoft-Gründer genommen haben.

Wir geben, was uns gegeben wurde. Wir haben nichts genommen. So funktioniert der Kapitalismus nun mal.

Warum sollten zwei Computerexperten wie Bill und Sie die Macht haben, zu entscheiden, wie das Elend zu bekämpfen ist?

Den Vorwurf hören wir oft, und ich verstehe die Kritik. Deshalb tun wir alles, ihn zu entkräften, indem wir uns mit Experten umgeben, mit Partnern zusammenarbeiten, besonders vor Ort, wo die Menschen wissen, was zu tun ist. Bill und ich sitzen nicht in einem Elfenbeinturm und fällen weltfremde Entscheidungen.

Sie konzentrieren sich auf tödliche Krankheiten. Warum sagen Sie nicht: So, Bill, jetzt retten wir Griechenland?

Weil unser ganzes Vermögen dafür nicht reichen würde.

Verschmaufen könnten die Euroländer aber erst mal.

Nur für einen flüchtigen Moment. Wir fragen uns immer: Wie machen wir aus unserem Geld Investments, die Dinge auf der ganzen Welt dauerhaft verändern.

Sie sind ein Kind der Mittelschicht. Um Ihnen das Studium zu finanzieren, hat Ihr Vater eine Reinigungsfirma gegründet. Mussten

„Apple-Produkte wie iPhone oder iPod, kommen uns nicht ins Haus“

Sie mitputzen?

Wir haben alle an den Wochenenden geholfen – Böden schrubben, Öfen säubern. Das war selbstverständlich.

Wie wollen Sie das Ihren Kindern vermitteln?

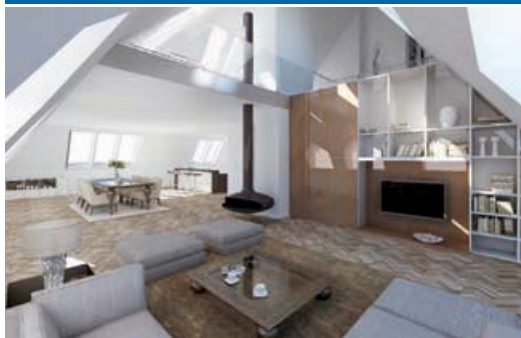
Wir sind da streng, glauben Sie mir. Wir setzen alles daran, dass die drei so normal wie möglich aufwachsen.

Gibt es Einschränkungen für die Gates-Kinder?

Oh, ja, viele sogar.

Es heißt Apple-Produkte, iPhone oder iPod, kommen Ihnen nicht ins Haus.

Das stimmt. Auch andere Dinge sind verboten. Aber unsere große Tochter hat gesagt: „Mama, erzähl bloß nicht, was wir alles nicht dürfen. Das ist total peinlich.“ ★



Exklusives Dachgeschoss-apartment im Stadtzentrum

Auf repräsentativen 362 m² Wohnfläche bietet dieses elegante Dachgeschossapartment mit bester Ausstattung und großzügigen Raumhöhen einen spektakulären Blick über Wiens historische Altstadt und den Stephansdom.

Kaufpreis € 5.450.000,- | HWB-ref=38kWh/m²a

Repräsentative Villa in Hietzinger Bestlage

Das luxuriöse Anwesen bietet auf 362 m² Wohnfläche ein ebenso repräsentatives wie wohnliches Ambiente in einer der beliebtesten Grünruhelagen Wiens.

Kaufpreis € 3.600.000,-

Exklusive Dachgeschosswohnung in Innenstadt Nähe

Echte Großzügigkeit bietet diese Dachgeschosswohnung mit insgesamt 258 m² Wohnfläche. Auf zwei Ebenen werden mit Blick auf den Garten des Theresianums, wahlweise bis zu 7 Zimmern, eigenem Saunabereich und westseitiger Hofterrasse Wohnträume für gehobene Ansprüche wahr.

Kaufpreis: € 2.299.000,- | HWBmax=39,88 kWh/m²a



Luxus erleben
LUXUS LEBEN

Für nähere Informationen kontaktieren Sie bitte
Frau Irene Rief-Hauser, Bakk.



Holz dient dem steirischen Unternehmen als Werkstoff zur Produktion von Fenstern und Türen sowie Möbeln.

KAPO - MIT TRADITION, HANDWERK UND



Im oststeirischen Pöllau werden die Produkte von KAPO und NEUE WIENER WERKSTÄTTE von kompetenten Fachkräften erzeugt



KAPO stattete den deutschen Bundestag in Berlin genauso aus wie Designer-Villen

1927 gründete Karl Polzhofer der Erste eine kleine Tischlerei. Daraus wurde im Lauf der Jahre ein Betrieb mit rund 250 Mitarbeitern, die sich auf die Produktion von Fenstern und Türen aus Holz sowie hochwertigen Möbeln spezialisierte. Heute wird die KAPO Unternehmensgruppe vom Geschwistertrio Karin, Stefan und Karl Hans Polzhofer geführt. Für KAPO ist es wichtig, als Problemlöser gesehen zu werden und hervorragende Qualität in Beratung und Verarbeitung zu bieten. Der Dienstleistungsaspekt hat obersten Stellenwert. Bei KAPO kommt alles aus einer Hand - kompetente Beratung, Herstellung, Lieferung bis hin zu Montage und Wartung. Ein Missbrauch des Kundenvertrauens wird nicht toleriert. Unabhängig davon, ob es sich um das saudische Königshaus, die englische Queen, Friedrich Karl Flick oder Chelsea-Eigentümer Roman Abramovich handelt. Die Produkte von KAPO findet man auch dort, wo Repräsentation das Maß der Dinge ist: Der Plenarsaal des deutschen Bundestags und die Österreichische Nationalbank sind Beispiele dafür.

DESIGN ZUM ERFOLG



Die Geschwister
Stefan, Karin und
Karl Hans Polzhofer
leiten die KAPO Holding

„GESAMTLÖSUNGEN SIND UNSERE GROSSE STÄRKE“

Frau Polzhofer, KAPO bietet Fenster und Türen, aber auch hochwertige Möbel an. Wie passt das zusammen?

KARIN POLZHOFFER: Sehr gut sogar. Als Komplettanbieter können wir unseren Kunden Gesamtlösungen anbieten. Das ist unsere Stärke.

Die Klammer über alle Bereiche ist also das Material Holz?

Wir sagen immer, dass Tradition, Handwerk und Design unsere Produkte verbinden. Wir haben 85 Jahre Erfahrung in der Bearbeitung von Holz. Bei unseren 250 Mitarbeitern gibt es sehr viele Fachkräfte, die stark in der Steiermark verwurzelt sind. Beim Design setzen wir bei Fenstern auf die Zusammenarbeit mit Architekten und bei Möbeln auf die Kooperation mit Designern, sodass Produkte für Generationen entstehen.

Sie führen das Unternehmen jetzt in der vierten Generation. Ist das nicht eine große Bürde für Sie?

Es ist eine große Verantwortung bezüglich der Arbeitsplätze und gegenüber dem Erbe. Meine beiden Brüder und ich führen das Unternehmen, sodass die Verantwortung nicht auf den Schultern nur einer Person lastet. Wir drei ergänzen uns sehr gut und jeder kann seine Stärken einbringen.

Was sind Ihre Pläne für die nächsten Jahre?

Wachstum ist nicht unser primäres Ziel. Wichtig ist für uns, die Vollausslastung sicherzustellen. Um diese zu halten, gehen wir verstärkt in den Export. So haben wir in Istanbul ein eigenes Büro eröffnet. Fenster und Türen liefern wir auch nach Russland und in einige asiatische Staaten.

Bedeutet dies, dass Sie im Luxussegment zu Hause sind?

Unsere Produkte sind hochpreisig, weil sie in Österreich hergestellt werden, wir einen hohen Anteil an gut ausgebildeten Facharbeitern haben und außerdem auf gute

Materialien zurückgreifen. Ich glaube aber nicht, dass wir eine Luxusmarke sind

Wie ist die Aufteilung zwischen Objektausstattung und Privatkunden?

Das Verhältnis ist ungefähr 50:50. Im Objektbereich haben wir schöne Referenzen wie zum Beispiel die österreichische Botschaft in Paris, die wir mit neuen Fenstern ausstatteten. Wir waren aber auch für das Arcotel in Hamburg und das Hotel *The Dolder Grand* in Zürich tätig, das von Sir Norman Foster umgebaut und mit einem neuen Flügel ergänzt wurde. Wir lieferten sämtliche Fenster für den historischen und den neuen Teil. Oder zum Beispiel in Istanbul, wo wir Holzfassaden für historische Villen am Bosphorus unter Auflagen des Denkmalschutzes anfertigten. Die Herausforderung dort ist der enorme Witterungseinfluss: Wind in Verbindung mit Meeressalz setzen dem Holz stark zu.

Wie lange produzieren Sie schon Möbel?

Schränke fertigen wir schon, seit es die Tischlerei gibt. Unsere Vorfahren haben damals alles produziert, ob Fenster, Tische, Schränke etc. Pols-termöbel seit den 1980er-Jahren, als wir die *Neue Wiener Werkstätte* übernahmen. Heute haben wir im Möbelhandel elf Premiumpartner in Österreich, Deutschland, Russland und in der Schweiz.

Damit stehen Sie im Wettbewerb mit italienischen und deutschen Produzenten ...

Ja, aber wir punkten als Österreicher. Wir sind vielleicht verlässlicher als Italiener und haben mehr Charme als Deutsche. Wir besetzen eine Nische zwischen Industrie und Handwerk. Wir sind so flexibel wie eine kleine Tischlerei, haben aber auch die nötige Größe, um ganze Objekte auszustatten.

www.kapo.co.at
www.nww.co.at

Seit den 1980er-Jahren werden Möbel und Polstermöbel unter der Marke **NEUE WIENER WEKRSTÄTTE** gefertigt und über ein Netz an exklusiven Fachhändlern vertrieben





DAHEIM MAL GANZ WOANDERS

Menschen können ihre Arbeit zunehmend zu Hause verrichten – und deshalb vorübergehend einfach in einen anderen Teil der Welt ziehen. **Angelika Taschen** über ihr Lebensmodell der digitalen Nomadin.

Noch vor 20 Jahren galt es als die größte Freiheit, einen Nebenwohnsitz in mindestens einer der großen Metropolen der Welt zu unterhalten, ihn aufwendig nach eigenem Geschmack einzurichten und durch die Jahreszeiten hindurch zwischen Paris oder New York, einem Landhaus im Süden oder einem Chalet in den Alpen umherzuziehen. Ein Wahnsinnsaufwand! Ich kenne heute noch Leute, die drei bis vier Wohnsitze unterhalten, und sicher gibt es nichts Schöneres, als ein Haus im Süden zu besitzen, in das man sich im Sommer für vier

bis fünf Wochen zurückziehen kann. Doch mit den Immobilien verliert man auch an Mobilität, an Spontaneität. Die Häuser und Wohnungen in der ganzen Welt wollen verwaltet, gepflegt und gehütet werden. Und mit dem Kauf des Objekts fangen die Kosten erst an. Grundsteuern und Servicekosten sind beispielsweise in New York astronomisch. Jemand muss putzen, den Garten pflegen und alles in Schuss halten, während man nicht da ist. Mal gibt es einen Waldbrand oder ein Erdbeben, manchmal läuft auch nur ganz banal die Ba-



dewanne beim Nachbarn einen Stock höher über. Mit jedem Wohnsitz wird das Leben komplizierter.

Häuser auf Zeit. Mein eigener idealer Lebensentwurf sieht inzwischen anders aus. Zwar pendle ich noch zwischen zwei Wohnungen in meiner Heimatstadt Köln und Berlin, doch die Idee von einem Haus auf dem Land habe ich längst verworfen. Auch eine Immobilie in den USA würde mich in einer Weise belasten, die ich heute als beengend empfinde. Es entspricht nicht mehr meinen Vorstellungen von flexibler Lebensgestaltung, sich so an Orte und Möbel zu fesseln. „Entdecke die Möglichkeiten“, heißt es so schön bei dem schwedischen Einrichter. In meinem Fall sind es die immer besser gemachten Websites von Vermittlungsagenturen für möblierte Wohnungen und Häuser auf Zeit. Auf der ganzen Welt kann man heute vorübergehend in den schönsten Häusern und Wohnungen wohnen. Für mich hat sich eine ganz neue Welt aufgetan, seit es Anbieter wie Airbnb, Fewo-Direkt oder Prime Location gibt. Schwierigkeiten bereitet mittlerweile nur die unübersichtliche Fülle an Angeboten, durch die man sich klicken muss. Aber auch schon dabei lernt man eine Stadt und ihre Möglichkeiten kennen und man schult sein Auge. Ich



Neue Perspektive. Das Schiffshäuschen thront über der Queen Elizabeth Hall in Londons Southbank: Die Ein-Zimmer-Installation wurde von David Kohn Architects in Zusammenarbeit mit Fiona Banner entworfen



Treehotel. Das Mirrorcube ist ein aufregendes Versteck unter den Bäumen, verspiegelte Wände reflektieren die Umgebung

Zu Hause ist heute überall: Das Geld kommt aus dem Automaten, die Wohnung aus dem Netz und Kontakt hält man über Skype

schaue mir einfach gern Einrichtungen an, eine Leidenschaft, die mich zu meinen Interior-Büchern geführt hat.

Wohnstile ausprobieren. Meine Lieblingsseite ist zurzeit die Website von Heinz Legler und Véronique Lievre, *boutiques-homes.com* (<http://boutiques-homes.com>). Sie haben auf der ganzen Welt die besten Häuser und Apartments zusammengetragen – ich würde dort sofort einziehen. Statt 5000 Mietobjekte wie auf anderen Websites sind es nur 200, aus denen man auswählen muss. Die beiden haben ein exzellentes Auge für Häuser, die mit Sachverstand und Stil eingerichtet und fantastisch gelegen sind. Hier habe ich auch das Traumhaus für meinen nächsten L.A.-Besuch gefunden. Lustigerweise ist es das Zuhause der beiden Gründer, die ihr eigenes Heim auch vermieten. Der Bungalow liegt im Topanga-Canyon, einer Gegend, in der auch Uschi Obermaier wohnt, und die nur eine Dreiviertelstunde Autofahrt von Santa Monica entfernt ist. Und 45 Minuten sind in Los Angeles wirklich nichts. Das moderne Haus ist mit Midcentury-Möbeln eingerichtet und hat einen herrlichen Blick in die grüne Natur. Es kostet nur 279 US-\$ die Nacht und ist somit halb so teuer wie eine Nacht im „Chateau Marmont“. Dafür gibt es ein richtiges L.A.-Gefühl, wenn man sich morgens mit seinem selbst gebrühten Kaffee auf die Terrasse setzt und in den Canyon schaut. Auf der Website werden auch architektonische Kleinodien angeboten, die man früher nur bei Locationscouts fand. In Los Angeles kann man wochen- oder monatsweise in Häusern von berühmten Architekten wie John Lautner und R.M. Schindler wohnen, in Palm Springs in einem Haus von Albert Frey. Viele der Häuser kenne ich aus meinen Recherchen für meine Bücher. So würde ich mich gern einmal in das von Frank Lloyd Wright gebaute Peterson-Cottage am Mirror Lake in Wisconsin zurückziehen oder eine Woche in Le Corbusiers Apartmenthaus in der Cité Radieuse in Marseille verbringen, um von dort zu arbeiten.



FOPE®
GIOIELLI

N
NEUWIRTH



Blickfang. Das Balancing Barn steht am Rande eines ruhigen Naturschutzgebiet ein paar Meilen landeinwärts von der Küste von Suffolk. Verfügbar ab Februar 2013 unter www.living-architecture.co.uk



WOHNEN

Arbeit ist im digitalen Nomadentum nicht mehr an Orte gebunden – natürlich vorausgesetzt, es gibt dort WLAN. Einfach mal woanders wohnen, wo man noch nie war, interessiert mich heute brennend. Sich eine Stadt autark zu erobern, statt in einem Hotelgetto zu bleiben, hat seine Vorteile. Wenn man Glück hat, versorgen einen die Hausbesitzer auch noch mit Insider-Tipps, an die man über einen Hotelconciere nie herankäme. Denn mit den Menschen, die sich solche Häuser gebaut oder gekauft haben, verbinden einen oft ähnliche Interessen. Ich finde es auch durchaus bereichernd, einmal verschiedene Wohnstile auszuprobieren. Auch wenn ich die etwas zickigen Lampenschirmchen in einem Pariser Appartement nie selbst in die Wohnung stellen würde, passen sie dort jedoch genau hin und gehören zum lokalen Flair genauso wie der orange Flokatiteppich in Albert Freys Villa in Palm Springs. Die Häuser sind auf den Websites heute so gut dokumentiert, dass man selten enttäuscht wird. Doch selbst wenn das Haus bei Ankunft nicht gefällt, kann man es meist unkompliziert wechseln. Zu beachten gibt es nur die Wahl der Location, denn manchmal kann das schönste Haus ungünstig liegen.

Ich habe meine Projekte schon immer danach gewählt, an welche Orte es mich gezogen hat. Meine Doktorarbeit über den italienischen Futurismus habe ich mir ausgesucht, weil ich unbedingt nach Italien ziehen wollte. Eines meiner nächsten Vorhaben ist es, einige Monate in Chandigarh in Indien zu wohnen. Mal schauen, welches Projekt ich dafür kreierte. Aber auch Afrika reizt mich, weil es sich rasant entwickelt. Meine nächsten Reisen führen mich nach Sansibar, Eritrea und Addis Abeba. Mal schauen, wo ich mich verliebe.

Zu Hause ist heute überall: Das Geld kommt aus dem Automaten, die Wohnung aus dem Netz und Kontakt hält man über Skype. Fehlt nur noch ein Welt-Visum. ★

ANGELIKA TASCHENS ADRESSEN

Bis 2010 war **Angelika Taschen** Cheflektorin des Taschen Verlags, mit dessen Besitzer sie bis 2004 verheiratet war. Danach gründete sie ihren eigenen Verlag Angelika Publishers. Sie hat mehr als 150 Bücher herausgegeben, viele davon zeigen gelungenes Design. Hier ihre Tipps, wo man im Internet ein stilvolles Zuhause findet.

Auf boutique-homes.com werden 200 Häuser und Wohnungen weltweit angeboten, viele davon in Kalifornien, aber auch eine Kreuzberger Wohnung oder ein Haus in Tasmanien sind dabei. Angelika Taschens Lieblingsorte: Topanga House im Topanga Canyon, Mackey Apartments und Fitzpatrick-Leland House in Los Angeles, Russell House und Wexler House in Palm Springs, Peterson Cottage in Wisconsin, Le Corbusier Apartment in Marseille.



Andere Anbieter für möblierte Vermietung auf Zeit:

www.living-architecture.co.uk
www.thinkpuglia.com
www.reco-berlin.com
www.9flats.com
www.primelocation.com
www.airbnb.com
www.parisattitude.com
www.guardianhomeexchange.co.uk

**gruber**
sauna



ALL IN ONE

Sauna, Infrarot
& Kräuterdampf

Qualität nach Maß.

All-in-One: Wellness kompakt
Wer die Wahl hat, hat die Qual?
Nicht unbedingt.

Ob finnische Sauna, Infrarot oder Kräuterdampf – mit den All-in-One-Kabinen von Gruber brauchen Sie auf nichts zu verzichten. Die moderne All-in-One-Technik ist bei allen unseren Saunamodellen anwendbar und auch herkömmliche Saunakabinen können wir auf Wunsch für Sie nachrüsten. Es wäre uns ein Vergnügen, Ihr Saunavergnügen zu vervielfachen!

Gruber Sauna RM Wellness GmbH, 3002 Purkersdorf, Linzer Straße 51,
02231 63494, info@gruber-sauna.at

Kundenzentrum Kärnten, 9500 Villach, Klagenfurterstraße 9, 0676 4517115
kaernten@gruber-sauna.at

www.gruber-sauna.at

PARFÜM

STILLE NACHT, DUFTE NACHT

Wen wir in diesem Winter gut riechen können? Jasmin auf alle Fälle – nicht zu vergessen auf Orangenblüten und Patschuli. Neun olfaktorische Anregungen.



Promotion

Peter Th. Kozich fertigt seit 1980 in seiner Manufaktur Brillen von Hand.

SCHAU SCHAU BRILLEN BIETET RUNDUMSERVICE

Nahe dem Wiener Stephansturm liegt das SCHAU SCHAU BRILLEN Atelier des Brillenmachers Peter Th. Kozich. Hier werden exklusive Brillen einzeln per Hand gefertigt und auf Wunsch nach Maß courtiert. Damit man nicht nur gut aussieht, sondern auch gut sieht, bieten wir im gleichen Haus mit DDr. med. Christian P. Kozich, F.E.B.O. Facharzt für Augenheilkunde und Optometrie, die komplette medizinische Fachberatung inklusive Vorsorgeuntersuchung und Gutachten an.

SCHAU SCHAU BRILLEN



Stattatelier

Rotenturmstraße 11/Ertlgasse, 1010 Wien
01/533 45 84, info@schau-schau.at
www.schau-schau.at

EYE CENTER

Wir garantieren Ihnen absolute Verlässlichkeit und eine einzigartige Rundumversorgung zum Wohle Ihrer Augen.



Ordination

Rotenturmstraße 11/2. Stock, 1010 Wien
01/532 05 79, termin@ihre-augen.at



6

01 Dolce & Gabbana Pour Femme
Neroliöl, verflochten mit Himbeernuancen, wird mit einem Hauch von säuerlicher grüner Mandarine aufgebauscht. *Preis: 50 ml 82 €*

02 Dior J'adore L'absolu
Ein lieblich-sinnlicher Strauß aus türkischer Damaszener-Rose, arabischem Jasmin und indischer Tuberose. *Preis: 50 ml 95 €*

03 Tom Ford Jasmin Rouge
Kelchblätter des arabischen Jasmin Absolu und Muskatellersalbei-Essenz werden auf unerwartete Weise vereint. *Preis: 50 ml 179,90 €*

04 See by Chloé
Ein Apfelakkord in Kombination mit einem Bouquet von Jasmin und Ylang sowie Sandelholz und Vanillenoten. *Preis: 50 ml 63 €*

05 Estée Lauder Very Estée
Ein blumig-holziger Moschusduft mit brasilianischer Gardenie, Jasminblütenblättern und Schwarzer Johannisbeere. *Preis: 50 ml 59,40 €*

7

06 Armani Code
Zitrusnoten der Bitterorange im Auftakt in Verbindung mit Sambac Jasmine und einer Basis aus Honig-Vanille. *Preis: 75 ml 110 €*

07 Jil Sander Woman III
Eine Neuauflage des Klassikers aus 1986 mit Bitterorange und einem Bouquet von Nelke und Patschuli. *Preis: 50 ml 49 €*

08 Eli Saab Le Parfum
Den Duft der Orangenblüten verfeinert mit jenen des Mandarinenbaums und der Gardenie gibt es jetzt als Eau de Toilette. *Preis: 50 ml 65 €*

09 Lancôme La vie est belle
Ein Gleichgewicht von Schlichtheit, in dem sich Iris mit der Tiefe des Patschuli zu einem Gourmand-Akkord verbindet. *Preis: 50 ml 72 €*

8



9

Mallorca Southwest

EXTRAORDINARY HOMES

project B3 Puerto de Andratx

progressiv
landschaftsintegrativ
passivhaus

Direkt vom Developer mit bankabgesicherter
Fertigstellungsgarantie! Jetzt über CH-AG in
schweizer Franken 24 % Preisvorteil!

luxury living

+ zinsstarkes Sachwert-
investment

— the new economy in real
estate

www.kochreal.at
Ihr Mallorcamakler!
fon +43 (1) 47 915 58



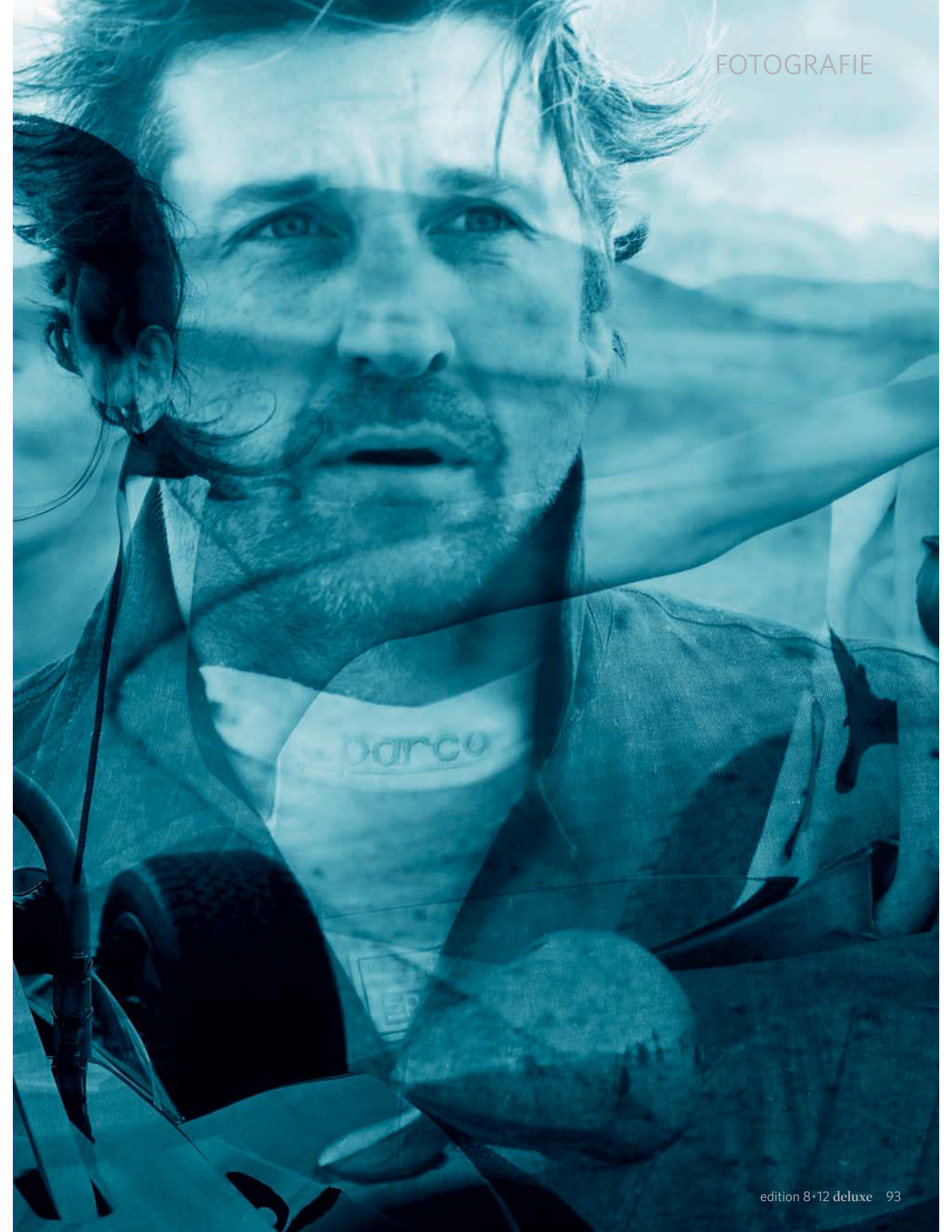
5 neue Architektenhäuser - perfect Seaview, nur 800 m bis zum Mittelmeer, progressive Luxusausst., ab 3 SZ .
+ 3 BZ, WF. 226 m², Grst. 1.023 m², 120 m² Terras., Pool, EB. 12 /13. **VK. ab € 1.712 Mio / CHF 2.006 Mio** / Auch als
Invest 6 mont. Eigennutz. p. a., EK. 333 T€/400 TCHF mit 50 %iger Initiatorenbeteil. 14 % Rend. p.a., Laufzeit 5 Jahre



DISTANZ, DIE NAHEGEHT

Carl Zeiss macht nicht nur Objektive, sondern ganz objektiv schöne Kalender. Für 2013 standen die Schauspieler Patrick Dempsey und Rinko Kikuchi vor der Kamera. Dahinter war auch kein unbekannter: Starfotograf **Michael Comte**.

VON KERSTIN BRINNICH UND ALEXANDER PFEFFER
FOTOGRAFIERT VON MICHEL COMTE





Der Effekt wurde nicht am Computer geschaffen, sondern aufwendig mithilfe eines Projektors kreiert



Emotion. Die Hollywoodstars Patrick Dempsey („Grey's Anatomy“) und Rinko Kikuchi („Babel“) in einer rasanten Liebesgeschichte

Ich war sicher schon bei 3000 Fotoshoots dabei, aber der hat selbst bei mir für Adrenalin im Blut gesorgt“, sagt Anke Degenhard. Die Galeristin und Fotoagentin wurde bereits zum vierten Mal als kreativer Geist für den Carl Zeiss-Fotokalender tätig. Für den aktuellen engagierte sie den Schweizer Starfotografen Michel Comte; eines seiner Modelle war Patrick Dempsey, der als Dr. Shepherd in der US-Ärztserie „Grey’s Anatomy“ Bekanntheit erlangte. Seine Leidenschaft ist aber nicht die Medizin – sondern Autofahren. Auch für den Shoot setzte er sich hinter das Steuer und gab Vollgas. Bange Minuten also für Degenhard und auch für Dempseys Co-Star Rinko Kikuchi, die im 2006 erschienenen Filmdrama „Babel“ das gehörlose japanische Mädchen Chieko mimte und daraufhin für einen Oscar als beste Nebendarstellerin nominiert wurde.

Das Konzept, einen berühmten Fotografen, zwei Stars ablichten zu lassen, erdachte Degenhard für Carl Zeiss. Die Optikfirma produziert unter anderem Objektive und die werden weltweit im Film wie in der Fotografie eingesetzt. Die Faszination, nicht bloß Fotos zu knipsen, sondern sich von hochwertiger Technik dazu anregen zu lassen, mit Bildern Geschichten zu erzählen, möchte Zeiss an seine Kunden weitergeben; das Unternehmen lässt Jahr für Jahr Fotokalender produzieren. Degenhard ist in der Welt der Fotografie keine Unbekannte. Sie führt eine Fotogalerie in Berlin und war zuvor als Künstlerbetreuerin tätig – unter anderem für Warner Bros. Wenig überraschend also, dass sie über ausgezeichnete Kontakte in der Branche verfügt. Comte kennt die in Los Angeles aufgewachsene Galeristin bereits seit 25 Jahren. Auch zu Patrick Dempsey fand sie über einen Freund Kontakt. Der Schauspieler sagte





Kreative Idee.

Das Konzept des Zeiss Art Calendar: Ein berühmter Fotograf lichtet zwei Stars ab

für den Shoot zu, obwohl er zu der Zeit fünf Tage pro Woche mit Dreharbeiten beschäftigt war. Fotografiert wurde deshalb am Wochenende. „Wir haben Freitag begonnen und am Sonntag waren wir fertig“, sagt Degenhard. Drehorte waren Comtes Pool und die Auffahrt zu seinem Haus in der Nähe des Sunset Boulevards in Los Angeles sowie eine Autorennstrecke zwei Stunden außerhalb der Stadt. Dort war es tagsüber brütend heiß und nachts empfindlich kalt. „Patrick ist ein so liebenswerter Mensch, er war immer motiviert und hat sich nie beschwert. Selbst um zwei Uhr nachts hat er, friedend, noch Witze gerissen“, so Degenhard. Die Bilder bestehen übrigens nicht bloß aus einer Fotografie, sondern aus mehreren, übereinanderliegenden Schichten: „Comte hat schon geschossene Bilder auf Wände, Gesichter und Wägen projiziert und vor diesem Hintergrund weiterfotografiert – so wurden einzelne Fotos miteinander verschmolzen“, sagt Degenhard. Das

Produkt sind Bilder zwischen Realität und Fantasie. Über die zwölf Monate des Jahres wird im Kalender unter dem Titel „Imagination“ die Geschichte eines Paares erzählt, das eigentlich gar keines ist. Sie sucht seine Nähe und gibt sich ganz der Fantasie hin, mit ihm zusammen zu sein. So kommen unterschiedliche Erlebniswelten ins Spiel, die immer gleichzeitig präsent sind: Die Sphären durchdringen einander und zeigen die ersehnte Nähe eines fremden Lebens. Das Besondere an Comtes Kunst ist laut Degenhard, dass er seine Protagonisten dazu bringt, Emotionen zu zeigen; er bildet ihren Charakter ab. Momentan arbeitet der Fotograf als Regisseur an seinem Film „Madame Butterfly - The Little Girl from Nagasaki“. Seine Karriere begann er übrigens als Modefotograf für Marken wie Lagerfeld und Armani; er fotografierte Stars wie Sophia Loren und Naomi Campbell. Und auch Comte hat ein Faible für schnelle Autos: 15 Jahre lang arbeitete er als Fotograf für Ferrari. ★

BEAUTY-UPGRADE

Den richtigen Duft finden, den trendigsten Shop aufspüren und dann mit Schuhen spielen: Mit diesen fünf Apps lässt sich schön die Zeit vertreiben.



01 Dressing Vivier

Bunt, stylish und äußerst spannend: Bei dem iPad-Spiel des französischen Labels Roger Vivier muss die Spielerin ihre neuesten Einkäufe in einen digitalen Kleiderschrank räumen. Doch Achtung, dieser droht bereits aus allen Nähten zu platzen. *Preis: kostenlos*



02 iPerfumer

Eine App mit dem richtigen Riecher für passende Düfte: Erst ein persönliches Profil anlegen und ein paar kurze Fragen beantworten, anschließend filtert die Anwendung jene Parfüms aus der Datenbank, die zu einem passen. *Preis: kostenlos*



03 GoodGuide

Diese iPhone-Software scannt Barcodes und versorgt den Nutzer sofort mit Informationen rund um die Inhaltsstoffe sowie mit Ratings, die unter anderem die Auswirkungen des Produkts auf Gesundheit oder Umwelt anzeigen. *Preis: kostenlos*



04 Hair Cast 2

Ein Tag zum Haare-Raufen oder zum Froh-Locken? Die „Haircaster“-App prüft den Feuchtigkeitsgehalt der Luft und gibt auf den jeweiligen Haartyp abgestimmte Tipps. An Tagen mit hohem „Frizz Factor“ empfehlen sich beispielsweise Chignon-Varianten und Fischgrätzopf. *Preis: kostenlos*



05 TheLabelFinder

Damit Sie auf Ihrem nächsten Shoppingtrip auch wirklich keinen Laden verpassen, wartet die Fashion-Seite TheLabelFinder mit einer eigenen Applikation. Diese Anwendung erkennt den Standort und zeigt alle Shops in der Umgebung auf einer Karte. *Preis: kostenlos*





Erich Maria Egger

Juwelen-Manufaktur seit 1984

Stephansplatz 4

Wien

www.juwelier-egger.com



PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Wahre Schönheit währt ewig.



Twenty-4® Ref. 4908/11R,
Twenty-4® Ring.
patek.com