06.05.2016 | www.magazin-forum.de | Beilage zu FORUM-Ausgabe 19

52 Seiten Sonderbeilage

FORUM

DAS WOCHENMAGAZIN

DEM SOMMER ENTGEGEN

Es wird heiß! Damit ist nicht nur die neueste Bikini-Mode gemeint. Auch Röcke, Kleider, Hosen und Shorts dürfen nach Herzenslust geshoppt werden.

MÄNNERSACHE
Die Modestrecke zeigt, was die Herren diesen Sommer tragen – ganz vorne mit dabei: 7/8-Hosen

Arrangement

„Aktiv im Saarland“

Die meisten Premiumwanderwege in Deutschland. Acht herausragende und teilweise grenzüberschreitende Radwege. Der größte Freizeitsee im südwestdeutschen Raum. Die malerischen Landschaften und die lebendige Natur im Saarland rauben Aktivurlaubern im doppelten Sinne den Atem. Gut, dass Sie bei uns den perfekten Ausgleich finden.

Freuen Sie sich auf:

- zwei Übernachtungen mit reichhaltigem Frühstück
- ein Abendessen als 3-Gang-Menu (auf Schloss Berg: ein Abendessen als 4-Gang-Menu im Restaurant *Bacchus* oder im Landgasthaus *Die Scheune*)
- ein Lunchpaket für unterwegs, eine Wander- oder Radfahrkarte sowie ein Präsent aus Victor’s Welt

ab € 110 pro Person im DZ
(ab € 200 pro Person im DZ im Victor’s Residenz-Hotel Schloss Berg, Kategorie 5 Sterne Superior)

Weitere Zimmerkategorien auf Anfrage.

Victor’s
RESIDENZ-HOTELS
SAARLAND

Victor’s Seehotel Weingärtner
Victor’s Residenz-Hotel Schloss Berg
Victor’s Residenz-Hotel Saarbrücken
BEST WESTERN Victor’s Residenz-Hotel Rodenhof
Victor’s Residenz-Hotel Saarlouis
www.victors.de · Telefon +49 681 93613-0

Unternehmen der Victor’s Residenz-Hotels GmbH
Kurfürstendamm 100 · D-10709 Berlin

16 Figurschmeichler: Die neue Bademode ist da

36 Der Sommer lädt mit neuen Trends zum Shoppen ein

Stilberatung

ES LEBE DIE VIELFALT

Es gibt wieder Neues in der Welt der Bademode, auch die Herren der Schöpfung werden aufgeklärt, was man(n) diesen Sommer tragen sollte. **4**

SCHULE DER SCHÖNHEIT

In der Make-up-Akademie lernt Frau unter Anleitung, wie man mit einem Tages-Make-up frischer und bestens aufgelegt durch den Tag kommt. **6**

MIT WACHEM BLICK

Beni Durrer ist ein erfolgreicher Visagist. Eher leise, als Showman. Und doch leuchtet seine künstlerische Arbeit am Beauty-Himmel. **10**

EIN DUFTER TYP

Seine Parfüms gehören zu den beliebtesten Duftwassern der Welt. Seit über 30 Jahren kreiert der Duft- und Flakondesigner Jean-Pierre Sand exklusive, betörende Aromen. **14**

Sommertrends

SO HEISS WIRD DER SOMMER

Mit den aufkommenden Sonnenstrahlen kommt auch die immerwährende Fragen auf: Welchen Bikini ziehe ich an? FORUM machte sich auf die Suche. **16**

TRENDIGE SONNENTAGE

Für FORUM schlüpften zwei Fußballer in sechs luftig-leichte Looks – für Herren im Sommer. **26**

HOME RUNS MIT BASEBALL-KAPPEN

Mann trägt wieder Hut. Vor allem Neuinterpretationen der Baseball-Caps sind auf dem Vormarsch. **34**

WEGWEISER FÜRS SOMMER-SHOPPING

Wer beim Kauf von neuen Sommer-Klamotten wie Blusen, Shirts, Kleidern, Röcken oder Hosen up to date sein möchte, sollte sich möglichst auf den Trendpfaden bewegen. **36**

DÜNNE HÜLLE

Kaum ein Designer, der diesen Sommer die Damen nicht in einen Hauch von Nichts kleiden möchte. Um den sexy Transparent-Look alltagstauglich zu machen, ihn gewissermaßen vom Catwalk auf die Straßen zu transponieren, gilt es schon einige Kniffe zu beachten. **44**

Accessoires und mehr

PINK UND POPPER

Geometrische Schnitte, wilde Wellen oder ungewöhnliche Farbakzente: Die aktuellen Frisuren für den Sommer sind vielfältig. **46**

AUF DIE GRÖSSE KOMMT ES AN

Allein schon die ungewöhnliche Größe der neuen Shades sorgt dafür, dass die Sonnenbrillen diesen Sommer alles andere als unauffällig sind. **48**

FORUM

DAS WOCHENMAGAZIN

Verlag:
FORUM Agentur für Verlagswesen, Werbung, Marketing und PR GmbH,
Deutschmühlental,
Am Deutsch-Französischen Garten,
66117 Saarbrücken,
Telefon 0681-93613-2

Geschäftsführung:
Susanne Kleehaas (V.i.S.d.P.)

Verlagsleitung: Dr. Bernd Coen

Redaktionelle Umsetzung: Katharina Ellrich

Layout: Katharina Schwarz

FORUM erscheint wöchentlich freitags.
Der Einzelverkaufspreis beträgt 3,30 Euro.

TITELSEITE: ISTOCK / PEOPLEIMAGES FOTOS: JENNIFER WEYLAND — PICTURE ALLIANCE / ABACA

Sonne, Festivals und Sommer-Mode sind untrennbare Gute-Laune-Garanten.

FOTO: PICTURE ALLIANCE / AP IMAGES

Es lebe die Vielfalt!

Der **Sommer kann kommen**! Es gibt wieder Neues in der Welt der Bademode, auch die Herren der Schöpfung werden aufgeklärt, was man(n) diesen Sommer shoppen und tragen sollte. Und in Sachen Make-up lernen wir, wie es mit Anleitung leicht geht, einfach frischer auszusehen.

*Von **Katharina Ellrich***

Sommer, oh Sommer. Wie sehr haben wir dich vermisst. Eine gefühlte Ewigkeit ist es her, da du uns zuletzt mit deinen Sonnenstrahlen mitten im Herzen berührt hast und deine Wärme uns in knappe Kleider schlüpfen ließ… Aber nun hat das Warten ein Ende und wir fühlen uns bereit, die neuen Sommertrends in unsere Kleiderschränke aufzunehmen und geliebte Teile vergangener Jahre neu aufleben zu lassen.

Wie in der Mode so üblich: Alles kehrt wieder, darum muss der Kleiderfundus auch diese Sommersaison nicht komplett neu ausgestattet werden und Altes gnadenlos weichen. Doch ein paar neue Highlights gibt es schon, die Frauen- wie Männerherzen beim Shopping höher schlagen lassen könnten. Und das nicht nur in Anbetracht der ansteigenden Temperaturen. Um welche Teile es sich handelt, finden Sie in diesem Mode-Special.

Was bleibt, sind unter anderem – Überraschung – T-Shirts. Bei diesen Basic-Stücken bleibt es wie folgt. Ein T-Shirt, so simpel es auch sein mag, bekommt seinen besonderen Charme durch die Kombination mit einem Trendteil. Ein schlichtes Weißes, in den Bund der neuen hüfthohen Shorts gesteckt, ein Graues, kombiniert zu einem gemusterten Glockenrock oder aber ein Trend-Printshirt zur Denim-Culotte. Alles was gefällt ist auch erlaubt. Luftige Kleider und Blusen, weite Hosen und ärmellose Anzüge sind ein Thema, auch fürs Büro.

Merke: Auch die Festival-Saison steht hierzulande an. Eingeleitet wurde sie schon Mitte April beim Coachella-Festival in der Wüste Kaliforniens. Von da gibt es keine wirklich neue Trendprognose. Zu sehen waren wieder kunterbunte Outfits mit Hippie-Touch, bunten Arm- und Haarbändern, Blumenkränzen, langen Kleidern, extrakurzen Shorts, Sneakers, Sandalen, Klebetattoos und und und. Und trotzdem macht es jedes Jahr auf‘s neue Spaß, sich dafür aufzumotzen. Die passenden Bikini-Trends für drunter, wenn es gar zu heiß, oder eine Runde Spritzwasser spendiert wird, finden Sie in einer großen Modestrecke in dieser Ausgabe.

Eye-Candys sind die neuen Sonnenbrillen. Sie scheinen diesen Sommer nach dem Motto „es kommt eben doch auf die Größe an“ kreiert worden zu sein. Aber, sie sind nicht nur groß, sondern überzeugen auch durch eine Vielfalt an Formen und Farben. Da sollte für jeden etwas dabei sein, ganz gleich, wie der persönliche Geschmack oder die Gesichtsform ist.

Zum Thema Make-up lässt sich behaupten, dass Natürlichkeit weiterhin beliebt ist. Ein bisschen darf es aber auch täglich sein. Wer unsicher ist, wie ein gelungenes Tages-Make-up aussieht, ist in einer Schminkschule bestens beraten. Wir haben das für Sie einmal getestet.

Männer aufgepasst! Ein neuer Trend ist auf dem Vormarsch. Die 7/8-Hose hat Einzug in die Klamottenläden gefunden. Wieso die Krempelhosen so cool sind? Weil sie zu Sneakers und Slip-Ons passen und direkt einen Hauch Urlaubs-Feeling vermitteln.

SCHULE DER SCHÖNHEIT

Schönheit liegt im Auge des Betrachters. Daran ist nicht zu rütteln. Und in Beautyfragen bekommt Natürlichkeit meist den Vorrang vor einem übertrieben auffälligen Make-up. Es ist aber genauso wenig von der Hand zu weisen, dass frau mit einem dezenten Tages-Make-up frischer durch den Tag kommt. Willkommen in der **Make-up-Akademie**.

*Von **Katharina Ellrich***

Erst muss der ungeschminkten Wahrheit ins Gesicht gesehen werden. Das Tages-Make-up der Teilnehmer muss runter. Der erste Blick danach in den beleuchtenden Spiegel ist gnadenlos enthüllend. Weckt aber auch zugleich Vorfreude auf das, was die Ladys, die sich beim Schminkkurs bei „Bubel Make-up“ angemeldet haben, erwartet. Ein natürlich schönes Tages-Make-up soll es heute sein. Würde sich eine der teilnehmenden Damen aber ein verruchtes Ausgeh-Make-up für den Abend wünschen, würde auch dem Folge geleistet…

Aber wir sind uns alle einig. Die Beweggründe, bei einem solchen Kurs mitzumachen, sind ganz unterschiedlich: Konstanze Schäfer (50) hat sich bis sie 40 war regelmäßig geschminkt, dann einfach damit aufgehört. Jetzt, zehn Jahre später möchte sie wieder in Übung kommen. „Ich kann nicht so gut einschätzen, was mir in meinem Alter steht, deswegen wünsche ich mir Hilfe vom Profi.“ Anders ist es bei Kim Laible (27): „In meinem Freundeskreis schminkt sich eigentlich keine. Ich möchte es aber gerne einmal ausprobieren. Youtube-Videos allein reichen mir aber nicht.“ Zu den beliebten Videos im Netz wissen die Expertinnen Claudia Bubel (47) und Michelle Weyand (23): „Die Video-Techniken passen nicht immer zu allen Typen. Vor allem sind Techniken auch altersabhängig. Aber dafür gibt es ja uns.“ Linda Klein (24) wiederum wurde schon mal professionell geschminkt: „Das möchte ich jetzt auch lernen. Für Make-up und Schminktechniken interessiere ich mich sowieso. Und ich möchte meine Augenbrauen betonen.“

Nachdem die Absichten geklärt sind, geht es auch gleich los. Wir sind zu sechst. Es gibt in den meisten Schminkschulen aber auch Einzelkurse. Jede Lernwillige hat ihren eigenen Platz, Vollausstattung aller notwendigen Tools inklusive. Angefangen vom Make-up-Ei, über Lidschatten-Farbpaletten, Rouge, Lipgloss bis hin zu vollständigen Pinselsets für alle Bedürfnisse.

SCHRITT 1

Nachdem der alte Lack runter ist, wird eine Feuchtigkeitscreme als Grundlage aufgetragen. „Die Unterlage ist entscheidend, sie darf nicht zu schwer sein und muss erst mal gut einziehen, sonst hält das Make-up nicht so, wie es soll“, erklärt Claudia Bubel. Weiter geht es mit der Grundierung. Das A und O hierbei ist, dass die Farbe möglichst perfekt zum eigenen Teint passt. „Das Make-up ist wie eine zweite Haut. 90 Prozent der europäischen Frauen haben einen gelblichen Unterton der Haut. Die Foundation soll egalisieren, also das Beste aus der Haut rausholen, ohne maskenhaft abzudecken“, so die Expertin. Sie rät dazu, die Farbe beim Kauf direkt im Gesicht zu testen und zwar an der Wange und am Übergang zum Hals. Am besten bei Tageslicht. Wir haben aber das Glück, im Kurs gut beraten zu werden und auch künftig unseren Hautton besser einschätzen zu können. Nun wird die Grundierung mit einem angefeuchteten Make-up-Ei, auch Beautyblender genannt, aufgetupft, stellenweise regelrecht in die Haut eingearbeitet. Die Demonstration hilft den Teilnehmerinnen. Die Foundation wird von der Handinnenfläche auf den Schwamm aufgenommen und dann von der Mitte des Gesichts nach außen aufgetragen. Das Ergebnis kann sich schon mal bei allen sehen lassen – der Teint strahlt ebenmäßig.

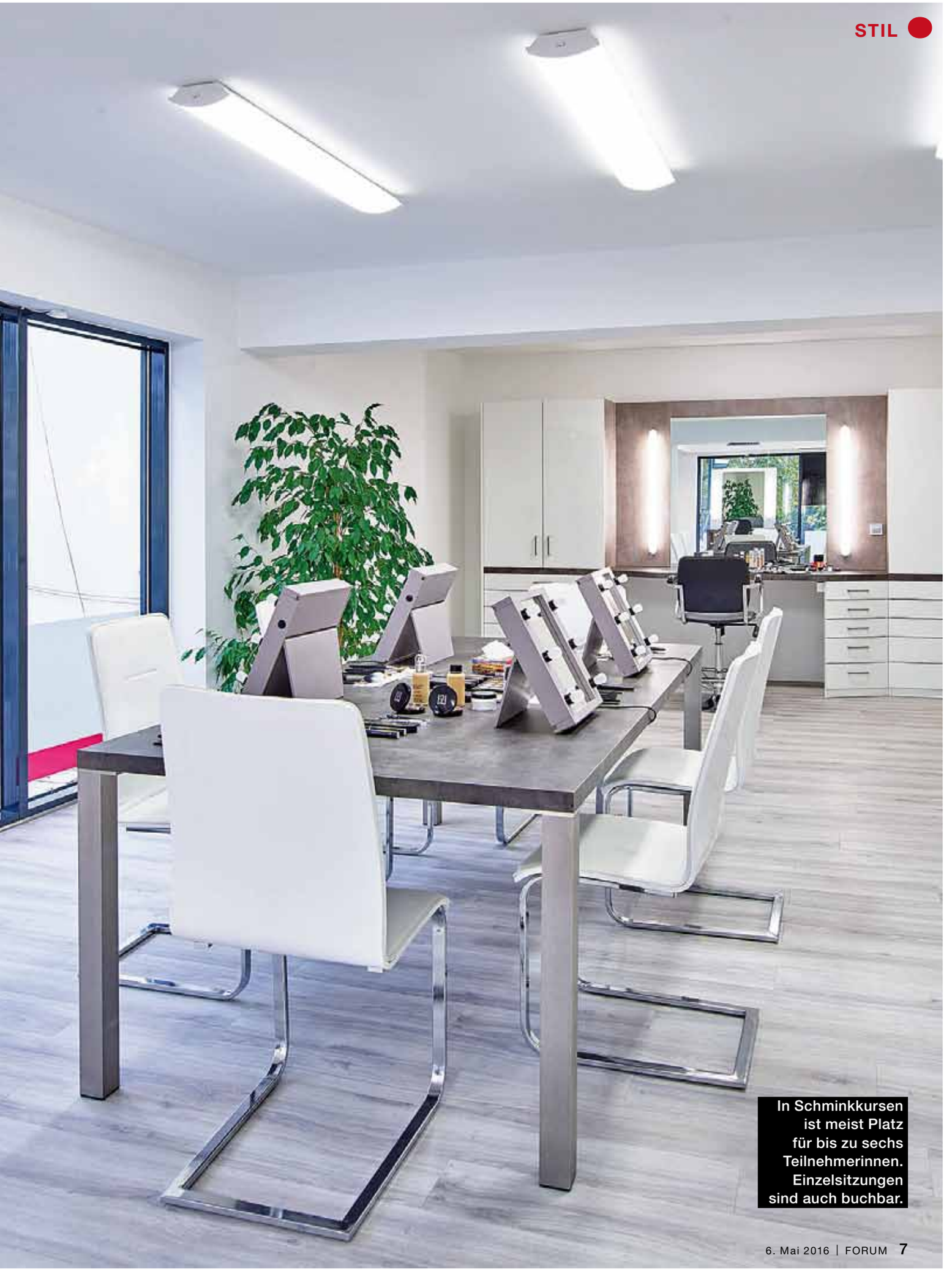
SCHRITT 2

Augenbrauen-Check. Die Make-up-Artistin und gelernte Kosmetikerin Claudia Bubel ist auch Expertin in Sachen Augenbrauen. Sie widmet sich dem Wuchs jeder einzelnen Kursteilnehmerin. Es wird in Form gezupft und erklärt, nach welchem Prinzip die Härchen in Form gebracht werden sollten. Danach muss jede von uns mit Puder und Pinsel kleine Unebenheiten und Lücken auffüllen. Mit kleinen Strichen und einem abgeschrägten Pinsel geht es am leichtesten von der Hand. Zum Schluss werden die Augenbrauen mit einem Gel nach oben gebürstet und damit fixiert. Wer kein Brauenpuder zuhause hat, kann auch einen gewöhnlichen Lidschatten benutzen. Der sollte aber eine Nuance heller sein, als die Augenbrauenfarbe, damit es nicht zu dunkel und somit künstlich aussieht.

SCHRITT 3

Lidschatten. Erst mal heißt es Farben aussuchen. Mittlerweile gibt es im Handel, egal in welchem Preissegment, eine Vielzahl Paletten bei denen die Farben perfekt aufeinander abgestimmt sind. Braun- oder Grautöne sind für ein schlichtes Tages-Make-up immer eine gute Wahl. Die Garderobe sollte bei der Farbwahl berücksichtigt werden. „Komplementärfarben bringen die Augen zum Strahlen“, weiß Michelle Weyand, professionelle Visagistin und Haar-Stylistin, die den Kurs mitleitet. Mindestens drei bis fünf Töne sollte die Palette enthalten, um die Schritte, die die Kosmetik-Profis demonstrieren, auch zuhause umsetzen zu können. Im ersten Schritt wird der hellste Ton mit einem Lidschattenpinsel

FOTO: UWE BELLHAEUSER



In Schminkkursen ist meist Platz für bis zu sechs Teilnehmerinnen. Einzelsitzungen sind auch buchbar.

Wie man richtig konturiert oder die Augenbrauen in Form bringt, demonstrierte Visagistin Claudia Bubel (Foto rechts).

auf dem ganzen oberen Lid bis hoch zu den Brauen verteilt.

Bis dahin noch gar kein Problem. Erst der nächste Schritt ist etwas kniffliger. Es gilt die Lidfalte herauszuarbeiten. Um die sogenannte Banane hervorzuheben, wählt man den zweit- oder drittdunkelsten Ton der Palette, nimmt die Farbe auf, setzt den Pinsel mit der schrägen Seite in der Mitte der Lidfalte an und fährt, wie ein Scheibenwischer bei geöffnetem Auge in der Falte hin und her. Der Schatten, der so entsteht muss bei geöffneten Augen über der eigentlichen Falte zu sehen sein – es bleiben also drei bis fünf Millimeter frei bis zur Augenbraue. Pigmentiert wird der vorstehende Knochen. Als Tipp sagt Bubel: „Es geht leichter, wenn man den Pinsel etwas weiter hinten hält." Die Konturen müssen gut verblendet, die Übergänge also weich sein, bevor es zum nächsten Schritt geht.

Dann wird nämlich ein noch dunklerer Ton auf das hintere Drittel des

Was nicht ist, kann doch noch werden!

Mit 27 Jahren glaubte ich, eigentlich zu wissen, wie ich mich richtig schminke. Und doch hat mich der Kurs gereizt. Ich gebe zu, viel Aufhebens machte ich nie. Minimalismus lautete meine Devise. Für die Arbeit ein Lidstrich, etwas Puder und die Augenbrauen definieren, zum Finish ein wenig Rouge auf die Wangen, ab und an etwas Lippenstift: Fertig ist mein Alltagslook. Alles andere dauert mir zu lange, sagte ich mir.

Das änderte sich, als ich den Schminkkurs bei „Bubel Make-up" besuchte. Es stellte sich raus: Ich wusste nichts über Make-up! Die Augenbrauen waren falsch gezupft und falsch betont. Den Lidschatten – wenn ich ihn denn mal am Wochenende auftrug – habe ich grundsätzlich falsch benutzt. Und immer so weiter ging die ellenlange Liste…

Mit ein wenig Anleitung stellte sich aber heraus: Auch ich bin kein hoffnungsloser Fall! Mit wenigen Kniffen, so wurde mir beigebracht, kann ich in kürzester Zeit und mit wenigen Hilfsmitteln meine Vorzüge betonen und kleine Mängel – wie beispielsweise die dunklen Schatten unter den Augen – kaschieren.

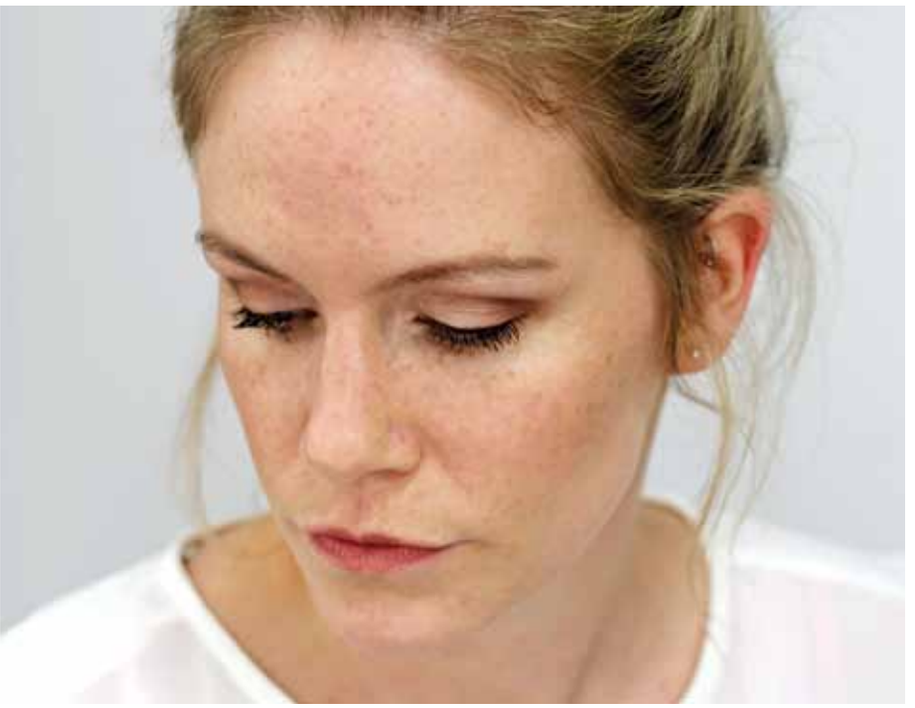
Seit dem Kurs bin ich nun bestens ausgestattet, um mir jeden Tag mein „Gesicht aufzutragen". Denn ein gut sortierter Drogeriemarkt hat hier genügend Auswahl. Mein Sortiment an Pinseln habe ich aufgestockt, ein Augenbrauen-Kit war nun wirklich keine teure Investition, eine neue Palette Concealer und Lidschatten, etwas Make-up: fertig!

Ich muss zugeben: Viel Aufhebens mache ich seit dem Kurs immer noch nicht. Aber das brauche ich auch nicht. Denn mit etwas Übung stellte sich heraus, dass man sich das perfekte Make-up innerhalb kürzester Zeit zaubern kann. Ein wenig Anleitung, wie man welchen Pinsel am besten benutzt und in welcher Reihenfolge man beispielsweise die verschiedenen Lidschattenfarben wo wie aufträgt ist auf jeden Fall zu empfehlen und verhilft auch jedem Laien zum perfekten Look in wenigen Minuten.

Nie wieder müde Augen, kein matter Teint, keine Rötungen oder fleckige Stellen an Gesicht oder Hals: Nach ein paar Stunden in den fachkundigen Händen echter Make-up-Experten fühlt man sich sicher – ob beim Tages-Make-up oder beim Abend-Make-up – auch einmal dicker aufzutragen und mehr zu verwenden als Eyeliner, Wimperntusche und Puder.

Rebecca Maaß

Augenlids an den Wimpernkranz aufgetragen, sodass eine Verbindung zwischen den Wimpern und der „Banane“ entsteht. Der gleiche Farbton wird auch noch am Wimpernkranz des Unterlids aufgetragen, auch etwa bis in die Mitte des Auges oder bis ganz nach vorne an die Wimpernlinie. „Wenn die Übergänge zu hart erscheinen, immer wieder verblenden, indem man mit einem helleren Ton wiederholt über die dunkle Farbe wischt“, erklärt die Visagistin und fügt hinzu: „Ein Highlight-Punkt mit einem sehr hellen, am besten glitzernden Ton, lässt die Augen strahlen. Der wird genau über dem Punkt auf Höhe der Pupille auf das bewegliche Lid aufgetragen. Man kann auch den Lichtpunkt im Augeninnenwinkel und unter der Augenbraue am höchsten Punkt setzen. Oder einen kompletten Lidstrich, sei es mit dem Eyeliner oder einem schwarzen Lidschatten am Oberlid ziehen.“



Redakteurin Katharina Ellrich mit fertigem Tages-Make-up in Brauntönen.

SCHRITT 4

Mascara und Concealer oder auch: die besten Freunde einer Frau. Mit der Wimpernzange, die ganz dicht am Ansatz angelegt werden sollte, die Härchen sanft in Form nach oben biegen und für einige Sekunden halten. Das Ergebnis hält besser, wenn die Zange vorher angewärmt wurde. Dann werden die Wimpern kräftig getuscht. Zwischen jeder Schicht sollte die vorherige vollständig getrocknet sein, sonst gibt es Klümpchen. Der Concealer, auch Korrektor genannt, wird anschließend im Augeninnenwinkel verblendet. Am einfachsten geht das, wenn man die cremige Textur mit dem Ringfinger einklopft. Bubel rät, das Produkt sehr sparsam aufzutragen.

Mit Anleitung brachte Redakteurin Rebecca Maaß ihre Augen zum Strahlen.

SCHRITT 5

Puder und/oder Rouge. Mit einem transparenten Puder wird das gesamte Gesicht großzügig abgepudert – das sorgt für eine längere Haltbarkeit des Make-ups. Nun kann man ein pfirsichfarbenes oder roséfarbenes Rouge auf den Wagenknochen auftragen oder ein Konturpuder. Dies kommt mit einem abgeschrägten großen Pinsel hochkant unter den Wangenknochen, an die Schläfen, an die Seiten des Nasenrückens und den äußeren Bereich der Stirn. Michelle Weyand betont: „Der Umgang mit dem Produkt muss sparsam sein, der Puderpinsel sollte vor dem Ansetzen am Gesicht abgeklopft werden. Wenn man schon etwas älter ist, sollte man auch keinesfalls zu viel Konturen herausarbeiten, das wirkt hart und macht noch älter.“

Zum Schluss werden noch die Lippen mit einem zarten Gloss oder Lippenstift betont. Manche Teilnehmerinnen verzichten darauf. Das Fazit unter den Ladys nach dem vierstündigen Kurs ist aber eindeutig: positiv. Durchweg. Und so ganz nebenbei bekam das Selbstbewusstsein einen echten Booster.

Schminkkurse, ob einzeln oder in der Gruppe, gibt es in allen Städten Deutschlands. Die Leiterin oder der Leiter sollten eine fundierte Ausbildung als Visagist/in vorweisen können, bestenfalls selbst ausbilden.

FOTOS: KATHARINA SCHWARZ (4)

VISAGIST MIT VISIONEN

MIT WACHEM BLICK

Beni Durrer ist ein erfolgreicher Visagist. Eher leise, als Showman. Und doch leuchtet seine künstlerische Arbeit am Beauty-Himmel. Dabei vertreibt er nicht nur seine eigene Kosmetiklinie, sondern bildet auch angehende Profis und Laien in der Schminkschule aus.

*Von **Ute Schirmack***

Bei dieser farbfreudigen Herkunft ist es kein Wunder, dass aus Beni Durrer ein erfolgreicher Visagist und noch erfolgreicherer Betreiber einer Visagistenschule wurde. „Ich komme aus der Karnevalsstadt Luzern. Mich hat man schon geschminkt, bevor ich laufen konnte“, sagt der 47-Jährige. Ging es im Kinderwagen noch ziemlich bunt im Gesicht zu, griff der „pubertierende Jüngling“ später mit mehr Dezenz zum ersten Puder, um sich „etwas mehr Selbstwertgefühl anzuschminken“. Das braucht es heute natürlich längst nicht mehr. Dennoch erscheinen ein Hauch Puder und ein gutes, typgerechtes Make-up Beni Durrer als vornehme Pflicht: „Jede Frau braucht Make-up. Manch eine weiß es aber nicht.“

Das gilt ganz genauso für Männer: „Männer wissen inzwischen auch, dass sie besser ankommen, wenn sie gut aussehen.“ Beispielsweise mit Concealer, Make-up und Puder. Weit jenseits von zweckfreier Buntheit und Beton im Gesicht. Davon durften sich auch 50 „gestandene Männer“, Mitarbeiter einer Baufirma, überzeugen. Sie alle wollten sich, nach anfänglichen Vorbehalten, doch lieber mit ebenmäßig mattiertem Teint, Konturen und ohne Leerstellen in Bärten auf den Fotos für einen Firmenprospekt wiedersehen als ohne.

Obwohl viele der stark pigmentierten und manchmal entschieden farbigen dekorativen Make-up-Produkte von Beni Durrer ihren großen Auftritt auf dem roten Teppich, in Fernsehstudios oder auf der Bühne haben, ist der Stil im Reich des Visagisten eher zurückgenommen. So wie Beni Durrer selbst. Ganz in die Hausfarbe Schwarz gekleidet, lässt der Chef den Farben den Vortritt auf einem großen Tisch im Flagshipstore an der Schöneberger Pohlstraße, Berlin. 164 matte, cremige oder glitzerig-schillernde Farben präsentieren sich darauf im Kaleidoskop.

Da trifft „Stein“ auf „Asphalt“, „Schüchtern“ auf „Sexy“. Es lagert die „Domina“ neben dem „Bambi“, stößt „Himmel“ auf „Magnolie“. Die sprechenden Namen sind Markenzeichen – sie bleiben im Gedächtnis und kurbeln das Beauty-Kopfkino an. Manche sind eine Hommage an Berlin, die Stadt, in der Beni Durrer seit 1996 lebt: „Goldelse“ oder „Marlene“. Andere beziehen sich auf Künstlerinnen, mit denen Beni Durrer und sein Team zusammenarbeiten.

Die Farben stiften zum wilden Mixen an

Das rötlich irisierende „Fräulein S.“ bezieht sich auf die Schauspielerin und Sängerin Andreja Schneider. Die knallrote „Gayle“ charakterisiert die Entertainerin Gayle Tufts, deren Shows von „BD“ ausgestattet wurden. Die Farben sind nach ihren Texturen rubriziert: Lidschatten und Rouge sind die pudrigen Vertreter, Lippenfarbe und Cremerouge die cremigen Substanzen. Wer könnte sich da nicht zum wilden Mixen angestiftet fühlen? Das ist es, was Beni Durrer auch nach 15 Jahren Selbstständigkeit Spaß macht – die Möglichkeit, kreative Freiräume aufzuschließen, Dinge nach eigenem Gusto und Sinnhaftigkeit gestalten zu können: „Ich gehe jeden Tag gern zur Arbeit. Es ist einfach immer spannend.“

Der Weg zum Traumberuf im künstlerischen Bereich, als Fotograf oder Friseur, nahm allerdings einen Umweg: „Meine Eltern haben mich gezwungen, erst einmal eine Ausbildung in der Gastronomie zu machen.“ Einige Schlenker als Dressman, eine Ausbildung zum Kosmetiker und eine Arbeit im Vertrieb namhafter Kosmetikfirmen später trafen Make-up und Beni Durrer endgültig aufeinander und ließen einander bis heute nicht mehr los.

Produkte und Farben von Beni Durrer bleiben unbegrenzt im Sortiment, „es sei denn, es ist so nicht mehr herstellbar, weil sich etwa EU-Regelungen geändert haben oder wir die Produkte nicht mehr in der richtigen Qualität herstellen können.“ So kamen erst kürzlich ein „extremes Dunkelgrün und Dunkelblau“ dazu. Dagegen wurden drei nur leicht unterschiedliche Fuchs- und Rotbraun-Töne zu einem einzigen zusammengefasst. „Unsere Farben verschwinden nicht. Sie sind immer wieder nachkaufbar.“ Vier Mal im Jahr wird daraus den Jahreszeiten entsprechend ein neuer Look entwickelt, kommt die eine oder andere Nuance hinzu. So stehen im soeben präsentierten Sommer-Trend „Amber“ Bronzing, bräunliche Töne und Highlights in Blautönen im Fokus.

700 Produkte in der pflegenden und dekorativen Kosmetik umfasst die eigene Linie inzwischen; zurückhaltend in schlichtes Schwarz mit den Initialen „BD“ gehüllt: „Alles geht ins Produkt, nicht in die Verpackung.“ Hohe Qualität der Substanzen, selbstredend ohne Tierversuche, die Produktion komplett in Deutschland und große Flexibilität in der Anwendung sind Beni Durrer wichtig. Das hat sich international her-

FOTO: SUSANNE WOLKENHAUER

Der gebürtige Schweizer Beni Durrer war der erste, der eine Visagistenschule in Berlin anbot.

Neben einem großen Sortiment an Pinseln bietet Durrer auch dekorative Kosmetik made in Germany.

umgesprochen. „Made in Germany hat im Ausland einen guten Klang“, sagt der Schweizer, der seinen Anspruch an die sprichwörtliche „Schweizer Wertarbeit“ in Persona in die Produkte einbringt. Die eigene Linie startete mit Pinselsets, die Beni Durrer entwickelte. Reinigungs- und Pflegeprodukte wie die „24 Hours“-Cremes, Lippenfarben, Rouge, Make-up, Puder, Eyeliner, fancy „Wimpernperücken“ und Co. kamen nach und nach dazu. Heute vertreibt Beni Durrer seine Produkte in zehn Ländern. Selbst in Sri Lanka ist die Marke inzwischen erhältlich, auf einer Messe kam ein Make-up-Artist von dort auf Beni Durrer zu. Die Produkte gefielen, man kam ins Geschäft, kürzlich war der Visagist zur Schulung in Berlin. Schöneberg goes Colombo!

„BD“ ist außerdem in Deutschland, Finnland, in der Schweiz, in Österreich, Liechtenstein, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Frankreich erhältlich. Online kann ohnehin alles unter www.benidurrer.com bestellt werden. Nur einmal im Jahr fliegt beinah das gesamte Team aus: „Wir sind ausschließlich in Düsseldorf auf der ‚Beauty‘-Messe“, sagt Beni Durrer. „Dafür ist das dann aber der ganz große Auftritt.“ Auch in Krakau war er selbst unlängst als Starvisagist eingeladen. „Wir sind dort sehr gut angekommen. Mal sehen, was sich daraus weiterentwickelt.“ Eine Expansion um jeden Preis ist allerdings nicht geplant. So steht Russland beispielsweise wegen seiner rückwärtsgewandten Gesellschaftspolitik nicht als Exportmarkt für den Firmenchef zur Diskussion.

Immer größeren Raum hat in den vergangenen Jahren die Visagistenschule in Schöneberg eingenommen. In dem weitläufigen Loft laufen kontinuierlich Kurse für angehende Make-up-Artists und Schulungen für Profis. „Vor 15 Jahren war ich die erste Visagistenschule in Berlin“, erinnert sich Beni Durrer. „René Koch hatte seine gerade geschlossen, und das war’s.“ Heute gibt es 20 in Berlin. Eintausend Visagisten und Make-up-Artists wurden seitdem bei ihm in modular aufeinander aufbauenden Kursen ausgebildet. Mit Abschlussprüfung, versteht sich, auch wenn „Visagist“ oder „Make-up-Artist“ keine geschützte Berufsbezeichnung ist. Das wiederum sähe Beni Durrer gern anders. Deshalb engagiert er sich für eine anerkannte Ausbildung in Deutschland nach dem Vorbild seiner Heimat Schweiz. Doch der Weg dahin scheint noch lang, nicht alle der Kollegen seien daran interessiert. Die Qualität der Ausbildung bei ihm hat sich indes herumgesprochen: Die angehenden Make-up-Artists kommen von überallher angereist, um sich bei Beni Durrer ausbilden zu lassen. „Wir machen keine Werbung“, lässt er nicht ohne Stolz durchklingen.

Auch wenn interne und externe Dozentinnen in der Schule ausbilden, schaut Beni Durrer mehrmals täglich im großen, weißen Schulungsraum vorbei und macht die eine oder andere Anmerkung zur Arbeit der Schüler. Eher leise als Showman, mit wachem Blick und gefühlt ständig präsent behält er das Geschehen im Blick. Und im Ohr. Beni Durrer ist oberster Kommunikator seines Unternehmens, führt oft 60, 70 Telefonate mit seinen Kunden am Tag. „Mir ist die Rückmeldung wichtig, nur so bekomme ich neuen Input.“ So kam der „Pinsel Nummer 66“, ein sehr kleiner Fächerpinsel, ins Sortiment – eine Allzweckwaffe gegen Mascara-Unfälle auf der Haut. Auch die Lippenfarben in Stiftform waren nicht so vorgesehen, aber die Kundinnen verlangten zunehmend danach. Von anfänglich zwölf ist die Palette auf 40 Lippenstifte angewachsen, ein Ende nicht absehbar.

Wenn sich Beni Durrer so richtig entfalten will, arbeitet er selbst gern künstlerisch frei. Der Weg dahin war schließlich lang, und die Freude daran ist immer noch groß genug. Selbstredend stehen im Alltag eines Make-up-Artists häufig ganz andere Anforderungen im Vordergrund – für Shootings müssen afrikanische oder asiatische Gesichter anders als europäische geschminkt werden. Die „Frau für die Joghurt-Werbung“ muss im Commercial-Bereich natürlich herüberkommen. Oder die Visagistenschüler bei On-Location-Terminen alltagsfit gemacht werden, zum Beispiel für Shootings im Schnee: „Da merkt man ganz schnell, dass man sich anders als im Studio organisieren muss, denn man kann Pinseltasche und Paletten nicht einfach ablegen.“ Die eigenen Freiräume nimmt sich Beni Durrer bei der Kreation der neuen Saisontrends. Sie dürfen als Inspiration für die Profis, Beautynistas und Kundinnen gern extremer ausfallen. „Es schlagen zwei Herzen in meiner Brust. Ich mag das Verrückte und Extreme à la Galliano. Aber ich bin genauso froh, wenn ich mit Make-up helfen kann, etwa wenn eine Kundin nach einer Chemotherapie lernt, wie sie sich schminken kann, um ihrem Gesicht wieder einen Ausdruck zu geben“, sagt Beni Durrer. Ganz gleich ob High Fashion oder kosmetische Alltagshilfe für alle Lebenslagen: „Ich möchte einfach als guter Visagist wahrgenommen werden.“

Durrer legt großen Wert auf die Qualität der Ausbildungen

INFO

Beni Durrer
Pohlstraße 58, 10785 Berlin
Telefon 030-21019800
www.benidurrer.com

FOTO: SUSANNE WOLKENHAUER

Entspannen Sie bei unseren

„WELLNESS-TAGEN AM BOSTALSEE“

im idyllischen Landhaus-Stil!

ARRANGEMENT

Diese Auszeit haben Sie sich verdient: erleben Sie Wellness-Tage am Bostalsee und nutzen Sie gleichzeitig unser Seehotel und das hauseigene Victor's Romantik Spa gleich nebenan!

- zwei Übernachtungen mit Frühstück
- zwei Abendessen jeweils als 3-Gang-Menu
- zur Begrüßung ein Glas Haussekt im Romantik Spa
- kuscheliger Bademantel auf dem Zimmer
- ein Genießerpeeling mit einer anschließenden Aromaöl-Rückenmassage
- eine Pediküre oder Maniküre mit anschließender Hand- oder Fußmassage
- Kaffee, Tee, Saft und Mineralwasser während der Anwendungen
- inklusive Eintritt in unser Schwimmbad mit Whirlpool, Sauna und Dampfbad

€ 266 pro Person im Standard-Doppelzimmer
€ 296 im Einzelzimmer

ganzjährig buchbar, außer an Ostern, Weihnachten und Silvester.

Victor's
SEEHOTEL
WEINGÄRTNER
★ ★ ★ ★

Bostalstraße 12 · D-66625 Nohfelden · Telefon +49 6852 889-0 · Fax +49 6852 81651 · info.nohfelden@victors.de · www.victors.de
Ein Unternehmen der Victor's Residenz-Hotels GmbH · Kurfürstendamm 100 · D-10709 Berlin

Ein dufter Typ

Seine Parfüms gehören zu den beliebtesten Duftwassern der Welt. Seit über 30 Jahren kreiert der Duft- und Flakondesigner **Jean-Pierre Sand** exklusive, betörende Aromen für Damen und Herren. Der erfolgreiche Parfümeur spricht über seine Anfänge in der Beauty-Branche, die Zusammenstellung von Parfüms und seine neuste Duftkreation „Style Heel".

Wenn es Carrie Bradshaw tatsächlich geben würde – bekannt wurde die leicht neurotisch angelegte Figur der Kolumnistin aus der amerikanischen Erfolgsserie „Sex and the City" – wäre „Style Heel" zweifelsohne ihr Lieblingsparfüm. Schließlich überzeugen die vier neuen Kreationen aus dem Hause Jean-Pierre Sand nicht nur durch ihren betörenden Duft, sondern vor allem durch das raffinierte Flakon-Design: Die Fläschchen mit 30 Milliliter sind stylischen Schuhen nachempfunden – den begehrten High Heels.

„Wissen Sie, warum Frauen vor allem Schuhe mögen?", fragt Jean-Pierre Sand lächelnd. Die Antwort liegt für den kreativen Parfümeur auf der Hand. „Der Grund ist ihre Passform: Im Verlauf des Lebens verändert sich meistens die Größe der Kleidung. Auch die Accessoire-Größe kann variieren. Doch im Bereich der Schuhe verändert sich kaum etwas. Diese Größe bleibt den Damen erhalten."

Mit seinem neuen Produkt knüpft der im Saarland geborene Duft-Designer an diese seit Jahren andauernde Liebesgeschichte an und entwirft vier spannende Aroma-Richtungen: „London", „Milano", „New York" und „Paris". Die verführerischen Parfüms – die Duftnoten reichen vom

Der „Style Heel“ von Jean-Pierre Sand ist ein ganz besonderer Flakon. Aber auch der duftige Inhalt lässt Frauenherzen höher schlagen.

frühlingsfrischen Bukett bis hin zu stark betörenden Nuancen – verpackt Sand in aus Glas und hochwertigem Acryl angefertigte Schuh-Fläschchen. Zur Auswahl stehen schwarze Klassiker, modische Stöckelschuhe in Leo- und Zebra-Prints und in Signalfarbe Rot designte High Heels. Die rote Sohle erinnert an die legendären Louboutins.

Für den fantasievollen Flakon-Designer ist das übrigens kein Novum. Schon lange steht der Name Sand neben exquisiten Parfüms auch für überraschende Verpackungen. „Zu den ‚Style Heels‘ – diese Richtung ist für Damen – bieten wir selbstverständlich auch adäquate Herren-Düfte an“, berichtet der Designer weiter. Im Gegensatz zu femininen Schuh-Flakons überzeugen die Herrendüfte durch typisch männliches Design. Die Serie „Wind of Freedom“ präsentiert sich in der Form eines Motorrads. Das Parfüm befindet sich in den beiden Reifen der Chopper-Maschine.

Seit knapp dreißig Jahren widmet Sand sein Leben den wohlriechenden Wässerchen und arbeitet mittlerweile mit einer Grundpalette von etwa 900 Düften. „Ein Parfüm setzt sich aus Kopf-, Herz- und Basisnote zusammen und kann je nach Art und Anteil der Grundbestandteile sehr verschiedene Duftnoten annehmen“, erklärt der erfahren Parfümeur. „Die wichtigsten Duftbausteine sind Blüten, Früchte, Gewürze, Rinde und Harz, Blätter, Gräser, Moose, Beeren, Wurzeln, tierische Sekrete (die heute meistens synthetisch hergestellt werden) und sogenannte Gourmand-Noten. Dazu zählt unter anderem Schokolade, Karamell, Zucker, Zuckerwatte, Honig, süße Milch, Mandeln.“

Rund 300 unterschiedliche Duftkompositionen entwirft der Designer seit seinem rasanten Aufstieg in die Beauty-Branche. Seine Kreationen erobern dabei nicht nur den europäischen Markt. Auch in Asien zählt Sand zu den renommiertesten Marken im Bereich der exquisiten Düfte.

Doch wie hat die Erfolgsgeschichte überhaupt angefangen? „Eigentlich bin ich ausgebildeter Groß- und Handelskaufmann“, erinnert sich Sand an seine Anfänge. „Nach meiner Ausbildung begann ich zunächst mit der Arbeit in dem elterlichen Betrieb.“ Ein unverhoffter Zufall verändert kurze Zeit später sein ganzes Leben. „Ich war also 24 Jahre alt und engagierte mich in der Firma“, greift Sand seine Geschichte nochmals auf. „Eines Tages besuchte uns dann eine Parfüm-Vertreterin und brachte einen Koffer mit 20 unterschiedlichen Düften.“ Sand wird neugierig und zeigt die Düfte der französischen Vertreterin seinen Freunden und Bekannten. Mit Lichtgeschwindigkeit finden sich zahlreiche Abnehmer. „Innerhalb kürzester Zeit war alles weg und ich bestellte weitere Parfüms“, erinnert sich Sand. Auch die nächste Lieferung ist sofort vergriffen. Um mehr zu ordern macht sich Sand auf den Weg nach Berlin und lernt den Hersteller persönlich kennen. Dieser rät ihm, sich selbständig zu machen.

Ein Duft hält in den Haaren besonders lang

„Zunächst konzertierten wir uns auf den sogenannten Home- und Party-Vertrieb und präsentierten unsere Produkte in heimischen Wohnzimmern“, berichtet Sand. Seine Parfüms schlagen ein wie eine Bombe. Über 25.000 Berater stellen für Jean-Pierre Sand die erlesenen Düfte den neugierigen Kunden vor. Das Unternehmen beginnt rapide zu wachsen. Sand stellt seine Kreationen auf internationalen Messen vor. Zu seinen Kunden zählen Promis aus den Bereichen Politik, Sport, Film und Fernsehen. „Neben Büros in Deutschland, habe ich einen weiteren Hauptstandort in Paris“, fasst der Designer zusammen. Produziert werden die hochwertigen Wässerchen neben China auch in Frankreich.

„Es ist nicht leicht den Geschmack der Zielgruppe zu treffen“, gesteht der erfahrene Parfümeur. „Neben der ansprechenden Optik – es muss auf den ersten Blick Klick machen – wollen meine Kunden natürlich auch hochwertige Düfte. Das Geheimnis eines jeden guten Parfüms ist seine Langlebigkeit. Je länger und intensiver ein Duft anhält, umso beliebter ist er bei den Kunden.“

Es gibt übrigens einen kleinen Trick, um den Duft noch länger haltbar zu machen. „Dafür verteilt man das Parfüm an den warmen, also gut durchbluteten Körperstellen, denn so nimmt die Haut den Duft besonders gut auf. Dazu zählen: Die Innenseiten von Handgelenken, Pulsadern, die Kniekehlen und Innenseiten der Arme und Ellenbogen“, erklärt der Experte. „Aber auch Schläfen, Dekolleté und Ohrläppchen können gerne mit dem Duft betupft werden.“

Ein weiterer Tipp sind die Haare. „Da die Haarpracht den Duft besonders lange speichert, eignet sich die Mähne auch hervorragend als Duftträger“, fügt Sand lächelnd hinzu.

Julia Indenbaum

FOTOS: ARTBUND (2)

BADEMODEN-TRENDS

SO HEISS WIRD DER SOMMER

Wilde Leo-Print-Bikinis, elegant verzierte Tankinis oder edle Badeanzüge in den Farben der azurblauen Wellen. Mit den aufkommenden Sonnenstrahlen kommt auch die immerwährende Frage auf: **Was ziehe ich an?** Was passt zu mir? Was ist überhaupt angesagt? FORUM machte sich auf die Suche und wurde in der Boutique der Bademodeexpertin Karin Clarenbach fündig. Die beiden Models Naima Gehring und Monika Tapiador präsentieren die heißen Teile der Sommersaison.

*Von **Julia Indenbaum***

ZEBRA-ZEIT

Dieser Badeanzug aus dem Modehaus Lisca überzeugt mit abnehmbaren Trägern und ausgeklügelten Schnitten: Der Rücken bleibt dabei ganz frei und richtet den Fokus auf die weibliche Erscheinung der Trägerin. Der Hingucker des Models „Africa“ ist das weiße Band mit einer silbernen Zierde, einer kleinen Schnalle, welche sich zart um den Hals der Dame schmiegt. Dabei lenkt das Bändchen den Blick aufs Dekolleté und hebt dieses besonders hervor. Die Kombination aus Schwarz und Weiß machen diesen Badeanzug zu einem stilsicheren Herzstück jeder Strandgarderobe.

BLUMEN-WUNDER

Leicht, zart und so unglaublich verführerisch: Die luxuriöse Bademode-Serie „Tentation-Flirt“ vom Modehaus Lise Charmel verzaubert mit einem raffiniert designten Trikini. Originelle und schmückenden Blütenapplikationen am Dekolleté, sowie die kleinen zarten, an den Hüften angebrachten Knospen sorgen für romantische Effekte und die dunkle Farbe schmeichelt nicht nur der neuerworbenen Bräune, sondern verzeiht auch die noble Blässe. Die großzügig angesetzten Cut-Outs an den Seiten machen dieses Modell zu einem absoluten Hingucker.

FOTO: JENNIFER WEYLAND

LUST AUF LUXUS

Nomen est omen. Und was bekanntlich für die alten Römer galt, gilt auch für die Badesaison 2016. Das dachte sich zumindest das Modehaus Lisca und nannte seinen verführerischen Badeanzug mit dem beliebten Balconette-Oberteil klangvoll „Bali“. Dabei spielt Lisca nicht nur auf den Traumstrand, sondern den damit verbundenen Luxusurlaub an. Zuviel versprochen? Keineswegs! Der leicht in Metallicfarben schimmernde Einteiler überzeugt durch trendige Farben, raffinierte Cut-Outs und den stilvollen Schnitt. Der absolute Hingucker dieses Models ist der zarte, vergoldete Träger, welchen die Dame über ihre linke Schulter legt. Purer Luxus!

FOTOS: JENNIFER WEYLAND (2)

KONTRAST-PROGRAMM

Der romantisch-exotische Name der Serie „Abu Dhabi“ gibt den ersten Hinweis auf diese hochwertige Bademode. Die luftig leichte Spitze am Cup des Oberteils verleiht dem Bikini etwas Verträumtes und die starken schwarz-weißen Kontraste runden den exklusiven Look ab. So wie auch bei dem Model „Bali“ spielt hier das Modehaus Lisca mit den Träumen von fernen, luxuriösen Reisezielen. Das edle Design ist bei Weitem nicht alles. Das Highlight des Bikinis ist ein extra starker Push-Up-Effekt – neidische Blicke gibt’s gratis mit dazu.

STRANDWILDKATZE AUF HEISSEM SAND

Wer auch in der Badesaison nicht auf die beliebten Leo-Prints verzichten möchte, greift zu den raffinierten Bikinis von Maryan Mehlhorn der führenden Designerlinie im Beachwear Premium-Segment. Mit ihrer Serie „Wildlife“ stellt das beliebte Modehaus kokette Bademode mit Glam-Faktor her. Die Details des stilsicheren Fashion-Looks: Schmuckelemente aus Lack, wilde Animal-Prints sowie verführerische Transparenz durch sexy Mesh-Einsätze. Der Wow-Effekt am Strand ist somit garantiert!

FOTOS: JENNIFER WEYLAND (2)

DIE KLEINE MEERJUNGFRAU

Badeanzüge sind out? Von wegen! Man sieht sie immer häufiger auch an jungen modeaffinen Frauen. Türkise Abstufungen in Kombination mit grünen Nuancen machen diesen Badeanzug zu einem absoluten Hingucker. Die raffinierte Neckline-Schließe verleiht der Kreation „Mermaid“ aus dem Modehaus Mehlhorn das gewisse Etwas und fragile Zierde im Dekolleté-Bereich sorgt für einen Hauch von Luxus. Leichte Glanzfarben, zarte Raffungen und kleine Kräuselungen sorgen für den verführerischen Nixen-Charme. Hier gehen nicht nur die Fischer ins Netz.

DER TRAUM AUS TAUSENDUND-EINER NACHT

Tropische Orchideen in Kombination mit barocken Muschelmotiven: Genauso stellt sich das Label Maryan Mehlhorn das arabische Bade-Märchen aus dem fernen Osten vor. Mit der Linie „Arabesque“ setzt das Modehaus auf prunkvolle Strandauftritte. Pink- und Blautöne verleihen den auf den Stoff aufgemalten Orchideen ihre Leichtigkeit und lassen sich ganz einfach mit weiteren Strandaccessoires kombinieren. Die barocken Elemente – welche leicht an goldene Federn erinnern – stehen im raffinierten Kontrast zu den zarten Blüten und geben diesem Design eine eigene Dynamik.

FOTOS: JENNIFER WEYLAND (2)

NATÜRLICH IM PARADIES

Wer erdige Töne bevorzugt oder gerne auf Tarnfarben zurückgreift, sollte sich die Serie „Adventure“ vom Modehaus Maryan Mehlhorn gut merken. Die gedeckten Farben stehen nicht nur gut gebräunten Ladys, sondern passen sich auf dem hellen Hauttyp super an. Sowohl von Blondinen als auch Brünetten bevorzugt, erweist sich dieses Modell als multifunktional. Das besondere Highlight dieses Bikinis sind filigrane, zarte Verzierungen am Bikinihöschen und an den Trägern des raffiniert geschnittenen Badeoberteils. Die breiten Träger sorgen für den nötigen Halt und eignen sich sowohl für eine kleinere, als auch eine große Oberweite.

DAS KLEINE SCHWARZE

So wie das traditionelle Kleine Schwarze überzeugt auch das gleichfarbige Bademodel des spanischen Designers Andres Sarda vor allem mit der unnachahmlichen Passform. Die Cups legen sich fest um den Busen der Trägerin und rücken die Brust optimal in Form. Aber auch das knapp geschnittene Höschen setzt den Po gekonnt in Szene. Die geschmackvolle Zierde am Oberteil, der Designer entscheidet sich für eine kleine Krawatte, verleiht dem Look einen Hauch strenger Eleganz. Die kleinen Bändchen an den Hüften nehmen dem Bikini die Ernsthaftigkeit und lassen Raum zum Spielen.

FOTOS: JENNIFER WEYLAND (2)

AUF DIE FORM KOMMT ES AN

Inspiriert von der geheimnisvollen Provinzhauptstadt aus dem fernen Iran zeigt die Kollektion „Isfahan“ vom Modehaus Maryan Mehlhorn eine eigenwillige Interpretation der persischen Märchenwelt. Frische Rosé- oder Türkisnuancen und aufgebrochene Strukturen erinnern an raffinierte Mosaikmuster. Leicht gesetzte farbliche Akzente sorgen für die nötige Abwechslung und machen auch bei Sommerregentagen gute Laune. Und was ist mit den Schnitten? Die Auswahl zeigt sich hier als besonders vielfältig: Für jeden Figurtyp ist etwas dabei. Damen mit etwas weniger Oberweite entscheiden sich für den Push-Up Triangel-Bikini. Das verstärkte Badeoberteil zaubert nicht nur ein verführerisches Dekolleté am Strand, sondern hält auch im Wasser die gewünschte Form. Kleine Bändchen am Bikini-Höschen spielen den koketten Charme der Trägerin aus. Damen mit etwas mehr Oberweite greifen dagegen zum gemoldeten – gemoldete Cups sind Schalen, die mit Hilfe von Wärme in Form gebracht wurden – unwattierten Vollschalenbikinis. Abgerundet wird der Look nach Wunsch mit einem passenden Pareo aus der märchenhaften Serie.

FOTO: JENNIFER WEYLAND

MÄNNERMODE

TRENDIGE SONNENTAGE

Wie man sich auf dem Spielfeld präsentiert wissen die beiden Kicker Taifour Diane und Marco Meyerhöfer. Aber auch im trendigen Modebereich bleiben der ehemalige Profi und Trainer Diane und der FCS Außenverteidiger Meyerhöfer am Ball. Für FORUM schlüpften die beiden Herren in insgesamt **sechs luftig-leichte Looks** – die Auswahl der Outfits stammt vom Modeexperten und Inhaber der Boutique „Stoffwechsel“ Patrick Kühle – und zeigen ihr Spiel mit dem Stil!

*Von **Julia Indenbaum***

DER JACKETT-JARGON

Kleider machen Leute und die Oberbekleidung sorgt für den ersten Eindruck. Aus diesem Grund sollten sich die Herren bei der Auswahl ihrer Sommer-Jacketts ruhig etwas mehr Zeit nehmen. Denn in diesem Kleidungsbereich gibt es nun wirklich die größte Auswahl. Angefangen mit den unterschiedlichsten Materialien wie zum Beispiel leichter Merinowolle, Leinen, Samt, Seide oder Denim. Die Spanne reicht von hochwertig bis hin zu preiswerten, künstlichen Stoffen. Die Schnitte bleiben weiterhin leicht tailliert und setzen einen Akzent auf die Figur des Trägers. Bei der Ausstattung setzten die Designer auf Vielfalt: ausdrucksstarke Embleme, raffinierte Schnitte, kunstvoll verarbeitete Nähte, extravagante Knöpfe – hier wird jeder fündig.

Wer es etwas sportlicher mag, entscheidet sich für hochwertige, atmungsaktive Sommerjacken in gedeckten Farben. Leicht über die Schulter geworfen, verleihen die unverzichtbaren modischen Helfer tagsüber die nötige Lässigkeit und sorgen abends für etwas Wärme.

FOTOS: JENNIFER WETLAND (2)

DAS KLASSISCHE WEISSE

Auch wenn viele der Meinung sind, dass die weiße Farbe, gar keine richtige Farbe ist: Ohne ein weißes Hemd bleibt jede Herrengarderobe unvollständig. Dieses Basic überrascht auch im Sommer durch vielfältige Einsatzvarianten. In Kombination mit einer Jeans zeigt sich das Kleidungsstück als klassische Grundausstattung. Im Wechselspiel mit Shorts und lässigen Jacketts positioniert sich das weiße Hemd als moderner Freizeit-Look und rückt auch farbenfrohe Stücke aufgrund der neutralen Farbe gekonnt in Szene. Die Schnitte bleiben leicht tailliert, aber nicht zu eng. Bei dem Kragen setzten die Designer auf die beliebte Offiziers-Variante. Die oberen beiden Knöpfe werden offengelassen. Wer es etwas bunter mag, greift gerne zu solch leichten Farben wie hellem Blau, Beige oder anderen Pastelltönen.

JEANS-ALLROUNDER

Dieses Evergreen bleibt auch in der heißen Jahreszeit das absolute Herzstück jeder Männergarderobe. Der Grund liegt hier auf der Hand: Die ehemalige Arbeiterhose ist universell und kleidet die Herrenwelt zu jedem erdenklichen Event. Im Bereich der Schnitte hat sich die Jeans auch kaum verändert. Neben der schmal geschnitten Variante punkten die modebewussten Männer auch mit etwas weiter geschnittenen Hosenbeinen. Erlaubt ist hier, was gefällt. Hauptsache die beliebten Hosen unterstreichen den Stil des Trägers. Im Bereich der Waschungen gibt es auch nur wenige Neuerungen: So wie in der letzten Saison greifen die Herren mit Vorliebe zu hellen, unaufgeregten Nuancen. Das Spektrum der Farben erstreckt sich dabei von weißen Hosen über helle Bluejeans bis hin zu dunklen Tönen. Das modische Highlight zeigt sich in dieser Saison in der Art und Weise, die Jeans zu tragen: Das Hosenbein, wie auch bei den Chinos, wird leicht hochgekrempelt.

FOTOS: JENNIFER WEYLAND (2)

EVERGREEN: POLO-SHIRT

So, wie auch die beliebte Jeans bleiben auch Polo-Shirts ein unverzichtbares Kleidungsstück für die heißen Tage. Zweifelsohne sind diese Oberteile auch die eigentlichen Allrounder der Garderobe. Leicht zu kombinieren, überzeugen die begehrten Kleidungsstücke nicht nur mit qualitativ hochwertigen Materialien wie zum Beispiel Baumwolle, sondern begeistern durch die gigantische Auswahl an Farbfacetten. Ob nun Pink, Grün, Blau, Weiß, Rot oder Sonnengelb – endlich haben auch die Farb-Fans eine Möglichkeit, sich ordentlich auszutoben. Bei den Schnitten bleiben die Designer ganz klassisch: Die Polo-Shirts sind schmal und fallen lässig über den Gürtel des Trägers. Je nach Preis und Designer spielt das Polo-Shirt auch mit kleinen Zierden. Auffällige Embleme, gekonnt in Szene gesetzte Nähte und zum Teil extravagante Knöpfe machen das Polo-Shirt vom Basic-Teil zum absoluten Highlight jeder Garderobe.

HOSEN-HYPE

Auch in diesem Sommer bleiben die modischen Chinos unverzichtbar. Dabei spielt das Material – selbstverständlich positioniert sich Baumwolle immer noch vor synthetischen Stoffen – eine eher nebensächliche Rolle. Auf den Punkt bringt den Look die lässige Art, diese Hosen zu tragen. Das Stichwort jedes gelungenen Outfits lautet „Pinrolled“: Der Trend von Übersee sieht es vor, das Hosenbein hochzukrempeln und damit die Knöchel des Trägers freizulegen. Neben dem coolen Aussehen lenkt diese Stil-Variante den Fokus auf die Schuhe. Der besondere Vorteil dieses Trends ist die praktische Nutzung: Ob sich lässig aufs Bike schwingen oder ein paar Bälle kicken – bei den sportlichen Aktivitäten hängt das lange Hosenbein nicht mehr im Weg. Ansonsten bleiben auch in dieser Saison Chinos ihrem klassischen Schnitt treu: Oben etwas weiter verengen sich die beliebten Sommerkleidungsstücke nach unten. Bei den Farben sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt: von gedeckt über Pastell bis hin zu quietschbunt. Die Kombination mit dem farblich passenden Oberteil rundet den modernen Look ab.

FOTOS: JENNIFER WEYLAND (2)

SHORT STORIES

Macht es einfach kurz! Auch in dieser Sommersaison kommt die Herrengarderobe ohne die kurzen Basics nicht aus. Warum auch? Schließlich sind die knappen modischen Helfer aufgrund ihrer Länge nicht nur einfach super für die heiße Jahreszeit, sondern präsentieren sich auch als multifunktionale Kombinations-Talente: Ob nun zu lässigen Polo-Shirts, zu luftig-leichten Leinenhemden oder im Wechselspiel mit edlen Jacketts. Die knappen Hosen à la Charlie Sheen machen zu jedem Anlass eine gute Figur. Die Länge der Shorts bleibt dabei variabel. Manche enden kurz oberhalb des Knies, andere schaffen es von ihrer kurzen Länge knapp bis zur Mitte des Oberschenkels. Das leicht aufgerollte Hosenbein sorgt bei dem sonnigen Sommer-Look für das nötige Großstadtflair. Bei der Auswahl der Farben stehen die Herren vor der Qual der Wahl: gemustert, unifarben, in pudrigen Pastelltönen oder gedeckten, unaufgeregten Farben – für jeden Anlass ist etwas dabei.

Erfolgreiche Home Runs mit Baseball-Kappen

Mann trägt wieder Hut. Jedenfalls waren viele Male-Models auf den Laufstegen mit **Kopfbedeckungen** unterwegs. Vor allem Neuinterpretationen der Baseball-Caps sind auf dem Vormarsch.

Noch vor gut einem halben Jahrhundert galt ein Mann, der sich ohne Hut auf der Straße blicken ließ, als nicht komplett angezogen. In den goldenen 20ern, einer der Hochphasen der Hutkultur, waren die populärsten Kopfbedeckungen wie Homburg, Trilby oder Pork Pie geradezu Ikonen der damaligen Herrenfashion. Erst im Laufe der 60er-Jahre kamen Klassiker wie Humphrey Bogarts Fedora, den auch sämtliche Mafia-Größen zu tragen pflegten, oder Konrad Adenauers Homburger aus der Mode. Wofür es unterschiedliche Gründe gab. Beispielsweise der neue maskuline Haarstil, schließlich sollte die lange Mähne ungehindert zur Schau gestellt werden können. Oder auch der unaufhaltsame Vormarsch des Automobils. Das in der Regel viel zu wenig Kopffreiheit bot, um seinem Besitzer das Tragen eines hoch aufragenden Hutes wie einem Bowler à la Charlie Chaplin zu erlauben. Da kam allenfalls noch eine sportliche Schiebermütze, die früher zur Pflichtkleidung des revolutionären Proletariats gehört hatte, in Frage – wie sie in den letzten Jahren wieder Brad Pitt oder der jüngst verstorbene Roger Cicero populär gemacht hatten.

Ein jüngerer Mann mit einem Hut auf dem Kopf wurde lange Zeit sogleich in die Schublade Exzentriker gesteckt. „Ein Hut ist wie ein Ausrufezeichen auf dem Kopf“, so neon.de. Heute fällt man damit garantiert auf, von daher gelten allenfalls noch coole Mützen wie die aus der Hip-Hop-Szene übernommenen Beanies als gesellschaftsfähig. Und nun titelte die „Welt“ jüngst in einer Stil-Kolumne anlässlich der maßgeblichen Modemesse

Bei Calvin Klein trägt Mann Visor aus Leder.

Auch bei Balmain und Salvatore Ferragamo (rechts) sind die Caps aus hochwertigen Materialien.

Pitti Uomo in Florenz: „Der Hut ist der neue Bart“. Weil sich inzwischen nicht mehr nur junge Damen mit auffälligen Streetstyle-Looks vor den Toren der angesagten Fashion Weeks tummeln, sondern auch zeigefreudige Herren.

Die Stil-Experten der „Süddeutschen Zeitung“ konnten bislang keinen wesentlichen Trend hin zu verstärktem maskulinen Hut-Konsum feststellen. Was sie ziemlich bedauerten und von daher „Mehr Mut zum Hut“ eingefordert hatten. Immerhin konnten sie beim Besuch einer neuen Londoner Hut-Manufaktur erfahren, dass an der Themse derzeit vor allem Panama-Strohhüte und Trilbys besonders gefragt seien. Auch das 1676 gegründete Londoner Hut-Traditionshaus James Look & Co., einst Erfinder der Melone, bestätigte, dass aktuell der Trilby mit schmaler Krempe der begehrteste und damit gleichzeitig „most fashionable“ unter den klassischen Herrenhüten ist.

Beim genaueren Blick auf die Laufstege wird allerdings ein etwas anderes Bild vermittelt. Denn dort dominieren gänzlich andere Kopfbedeckungen. Um nur mal einige zu nennen: Bei Saint Laurent waren Trukker-Cappies zu sehen, bei Versace eng um die Köpfe gebundene piraten-ähnliche Tücher, bei Antonio Marras ein Schiffsjungen-Beret, bei Moncler Gamme Bleu ein Fischerhut, bei Bottega Veneta eine orientalische Häkelmütze, bei Moschino ziemlich originalgetreue Radrennfahrer-Kappen, die es tatsächlich seit Einführung der Helmpflicht auf der Straße nicht mehr gibt, bei Dsquared2 eine schlichte Wollmütze, bei Fendi und anderen Designern eine Schirmmütze sowie bei Salvatore Ferragamo & Co. eine Baseball-Kappe.

Das sind immerhin ziemlich viele, recht unterschiedliche Kopfbedeckungen, weshalb das Portal fashionmag.com den Kopfschmuck neben den Micro-Halstüchern zum maskulinen Accessoire-Must-have der Saison deklariert hat. Und sich damit nachdrücklich gegen das Magazin „Cicero“ wendete, das vor einiger Zeit ein klares Verdikt ausgesprochen hatte: „Männer, lasst die Finger vom Hut!“ Weil: „Hüte haben sich überholt. Das klingt jetzt hart, und unter den Hutmachern dieser Welt macht man sich damit keine Freunde, doch seien wir ehrlich: Mit einem Hut sieht man immer verkleidet aus. Insbesondere Männer wirken mit Ihnen wie große Jungs, die Mafia spielen oder den Künstler mimen wollen.“ Offenbar gibt es weltweit aber immer noch genügend Interessenten für Hüte und Mützen. Schließlich wird der Umsatz mit Kopfbedeckungen für Männer auf jährlich 15 Milliarden Dollar geschätzt, wovon 4,4 Milliarden Dollar auf die USA und 2,2 Milliarden Dollar auf Westeuropa entfallen sollen.

Ideal zum Schutz vor Sonnenstrahlen

Bleiben wir zunächst einmal bei den Schirmmützen, Mützenschirmen oder Schirmkappen, deren englische Bezeichnung „Visors“ natürlich viel eleganter klingt. Die Visor-Kappen sind ideal für warme Tage, da man damit gewissermaßen oben ohne unterwegs sein kann. Die Mützen schützen eher vor Sonnenstrahlung und sind ansonsten lediglich ein cooles Accessoire. Auf den Kopf darf es luftig zugehen. Was Golfer oder Tennisspieler schon immer zu schätzen wussten. Und nun auch eine Reihe von Designern mit Karl Lagerfeld an der Spitze, die das bereits in der Damenmode seit einigen Jahren erfolgreiche Modell auch den Herren der Schöpfung schmackhaft machen wollen. Wobei auffällt, dass die Visors von Fendi, Calvin Klein oder Billy Reid vergleichsweise schlicht gehalten sind, sprich keine oder nahezu keine Schmuckelemente aufweisen, geschweige denn Logo-Aufschriften. Die Farben meist zurückhaltend, auch mal dezent Schwarz und Weiß wie bei Calvin Klein kombinierend oder wie bei Fendi in kastanienbraunem oder camelfarbenem Leder daherkommend.

Doch die eigentliche Trend-Mütze des Jahres ist fraglos die Baseball-Kappe, die Riccardo Tisci erstmals in der High-Fashion mit der Herbst-Winter-Kollektion 2011 von Givenchy eingeführt hatte, gefolgt von Moschino und Fendi im Sommer 2012. Ihr gelang im Zuge des Booms der Sportwear der Sprung vom Streetstyle auf den Catwalk. Besonders die Versionen von Balmain oder Versace aus butterweichem Leder garantieren einen besonderen Tragekomfort. Baseball-Caps gibt’s aber auch in den Kollektionen von Les Hommes, Herschel oder Berthold. Allesamt logofrei und aus Materialien wie Tweed, Kaschmir, Leder oder Wildleder. Bei diesen Caps wird niemand auf die Idee kommen, sie mit dem Schirm nach hinten aufzusetzen.

Peter Lempert

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / DPA — PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO (3)

Wegweiser fürs Sommer-Shopping

Wer beim Kauf von neuen Sommer-Klamotten wie Blusen, Shirts, Kleidern, Röcken oder Hosen up to date sein möchte, sollte sich möglichst **auf den Trendpfaden** bewegen. Dabei kann ein Wegweiser durch das pralle Shopping-Angebot hilfreich sein.

FOTO: PICTURE ALLIANCE / ABACA

Ein simples weißes T-Shirt geht im Sommer immer. Denn, einzig die Kombination macht den trendy Kniff.

Von ***Peter Lempert***

Wir wollen uns hier gewissermaßen auf die Basics in ihrem im Sommer angesagten Look beschränken. Also ganz bewusst spezielle Trends wie Lingerie-Kleider, Transparenz, schulterfrei (sehr angenehm bei warmen Temperaturen, nicht nur bei Tops, sondern vor allem auch bei Kleidern von Preen, Louis Vuitton, Mugler oder Christopher Kane) oder Mesh ebenso außen vor lassen wie den Blick auf aktuelle Material-Vorlieben der Designer, beispielsweise Jacquard.

BLUSEN

Die Oxford-Bluse erweist sich diesen Sommer mal wieder als Chamäleon unter den Damen-Basics. Sie kommt zwar in allen Farben daher, doch am interessantesten ist die Neuinterpretation des klassischen weißen Shirts. Kaum ein Designer, von Vera Wang über Jil Sander bis hin zu Proenza Schouler, der sie nicht in seinem Repertoire führt. Mal schlicht geschnitten zu Jeans wie Anthony Vacarello, mal im Oversize-Format wie bei Lemaire, mal mit Cut-Outs wie bei Stella McCartney, mal mit Puffärmeln wie bei Fendi oder mal transparent wie bei Rochas. Auch Hemdblusen, wie bei Carven oder Aluzarra im Programm, sind wieder im Kommen, bei Ralph Lauren sogar sehr maskulin geschnitten. Die Hemdblusen wahlweise mit kurzen oder langen Ärmeln ausstaffiert, bei Akris, Iceberg oder Antonio Marras ultralang, fast schon wie Hemdblusenkleider geschneidert. Ärmellose Blusen wie bei Chanel, Chloé oder Giorgio Armani betonen natürlich ganz besonders die Schulter. Blusen mit asymmetrischem Schnitt wie bei Costume National oder Jonathan Saunders sind ebenso angesagt wie transparente oder schulterfreie Teile, Pieces mit Print, Glitter (beispielsweise bei Tory Burch oder Dries Van Noten) oder Zier-Varianten von Rüschen über Schleifen bis Fransen (bei Chanel, Gucci oder Roberto Cavalli).

SWEATSHIRTS & CO.

Schulterfrei oder ärmellos präsentieren sich diesen Sommer auch viele Sweater. Bare shoulders gibt es beispielsweise bei Teilen von Tibi, Loewe oder Chloé. Sleveless Modelle haben wir bei Issey Miyake, Wes Gordon oder Marni entdeckt. Ziemlich neu sind die Pieces mit über-

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / DPA — PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO — PICTURE ALLIANCE / ABACA

SWEATSHIRTS & CO.

T-SHIRT

langen Armen, die teils sogar die Hände komplett verdecken. Das dürfte ziemlich unpraktisch sein, aber das scheint Labels wie Derek Lam, Tory Burch, Paul Smith oder Louis Vuitton wenig zu jucken. Einige Designer scheinen die Ladys auch mit Häkeleien begeistern zu wollen. Gehäkelte Sweater, Westen oder Cardigans gibt es von Rebecca Taylor, Tommy Hilfiger oder Victor Alfaro. Manche Sweater sind zudem so lang geschnitten, dass sie fast als Sweater-Kleider getragen werden könnten, zu sehen etwa bei Pringle of Scotland oder Delpozo. Auch Oversize ist diesen Sommer ein großes Thema, beispielsweise bei Saint Laurent oder Vivienne Westwood.

T-SHIRT

Besonders angesagt ist die Kombination eines weißen T-Shirts mit einem darüber getragenen Trägerkleid, wie es auf den Laufstegen von Marni, Jil Sander, Emilio Pucci oder MSGM zu sehen war. Bei der Kombi kann das Trägerkleid auch durch Bluse oder Top ersetzt werden. Noch ein Styling-Tipp: Kurze T-Shirts passen am besten zu taillenhohen beziehungsweise gerade geschnittenen Jeans, hoch sitzenden Bleistiftröcken oder Culottes, längere T-Shirts lassen sich ideal zu Röhren tragen.

KLEIDER

Die Lingerie-Dresses wollen wir mal außen vor lassen. Und uns lieber Alltagstauglicherem zuwenden wie den trägerlosen Kleidern, die gleichsam in der Luft zu schweben scheinen. Schöne Teile gibt es von Boss, Etro oder Prabal Gurung. Auch über Hosen oder Leggins getragene Kleider oder Tuniken bleiben diesen Sommer en vogue, wie es zahlreiche Designer auf den Laufstegen vorgemacht haben, beispielsweise Chanel, Talbot Runhof oder Marni. Asymmetrische Saumlänge ist ebenso angesagt wie lässig-weiter Schnitt, loose fit (beispielsweise Dresses von The Row oder Alexis Mabille). Hemdblusenkleider, beispielsweise von Versace, Derek Lam oder Joseph, scheinen ebenso unverwüstlich wie all jene Dresses, die mit Kapuzen oder Schleppen ausstaffiert sind (Giles, Osman oder Vionnet). Für's Büro bleiben Bleistiftkleider (Altuzarra oder Dolce & Gabbana) und Kragenkleider (Stella McCartney, Chanel oder Sportmax) diesen Sommer erste Wahl. Auch in Flared-Dresses von Céline, Escada oder Badgley Mischka ist frau bestens im Office angezogen.

RÖCKE

In Zeiten, in denen die Hosen wieder gerne im Flared-Look daherkommen, ist es kaum verwunderlich, dass diesen Sommer auch (Maxi-) Röcke trompetenförmig oder wassernixengleich ausgestellt werden. Zu bestaunen bei Designern wie Rochas, Erdem, Peter Pilotto oder Balmain. Daneben gibt es die eher regulären Flared-Skirts in allen erdenklichen Längen und Formaten (A-Linie, Glockenform etc.), beispielsweise von Simone Rocha, Chanel oder Carolina Herrera. Wickelröcke genießen derzeit eine noch nie da gewesene Popularität. Wofür es eigentlich nur die Erklärung geben kann, dass diese Röcke eigentlich jeder Frau perfekt stehen. Die Liste der Anbieter ist ellenlang, von Prada und Fendi über Tibi und Blumarine bis hin zu Daks und Tory Burch. Auch Midi-Röcke, die früher nur bei älteren Damen zu sehen waren, sind inzwischen in der gesamten Modewelt salonfähig geworden. Die auf halber Wade endenden Röcke gibt es aktuell von Labels wie Max Mara, Dolce & Gabbana oder Chanel. Bei den Mini-Röcken gibt es einen etwas gewagten Trend zu Teilen, die sich optisch kaum mehr von einem breiteren Gürtel unterscheiden lassen. Sie bedecken nur noch mehr oder weniger notdürftig das Gesäß, nur was für Wagemutige, die sich diese Teile von Versace, Paco Rabanne, Saint Laurent oder Anna Sui kaufen können. Da ist frau mit einem anderen Trend, Röcke über anderen Kleidungsstücken zu tragen, garantiert besser und blicksicherer angezogen. Wobei die Ober-Röcke zuweilen wie Schleppen ausschauen können. Auf den Catwalk bei Chanel, Versace, Nina Ricci oder Roberto Cavalli. Unverändert en vogue bleiben diesen Sommer Röcke mit asymmetrischem Saumverlauf, auch in der Vokuhila-Variante. Wer sich für diese Röcke erwärmen möchte, wird garantiert bei Preen, Christian Dior oder Kenzo fündig werden.

HOSEN

Selbstverständlich führt diesen Sommer kein Weg an den Flared-Pants mit Bezug auf die Siebziger Jahre vorbei. Bei diesem Trend mischen fast alle Labels mit, von Chanel über Edun bis Escada. Ob sich die weite Damenhose, wie von den Designern erhofft, tatsächlich gegen die langjährige Skinny-Dominanz wird durchsetzen können, bleibt erst einmal abzuwarten. Ungewöhnlich die recht zahlreichen Hosenmodelle mit Seitenstreifen. Und zwar nicht mehr nur an sportiven Trainingshosen, sondern auch an eleganten Trousers (Acne Studios, John Galliano oder Jonathan Saunders), die allerdings nur schwer mit anderen Kleidungsstücken kombiniert werden können. Capri-Hosen sind diese Saison nichts Neues, bleiben aber ein beliebtes Must-have in den Kollektionen von Gucci, Alexander Wang oder Mugler. High-Waist-Pants sind ebenso ein wich-

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO (2) — PICTURE ALLIANCE / DPA

KLEIDER

HOSEN

tiger Trend des Sommer, es gibt sie von Labels wie Holly Fulton oder Haider Ackermann. Ziemlich skurril wirken hingegen Hosen mit mehr oder weniger großen Cut-Outs. Solche Modelle haben Greg Lauren, Christopher Raeburn oder Christopher Kane in ihrem Programm. Vermutlich wird die Akzeptanz der weiblichen Klientel überschaubar bleiben, da dürften schon eher die neuen Overall-Teile, teils schulterfrei, mehr Anhänger finden. Die schönsten Jumpsuits haben wir bei Boss, Felder Felder oder Edun entdecken können.

ANZÜGE

Beim Blick auf die aktuellen Hosen-Anzüge fällt ein Modell ziemlich aus dem Rahmen: Und zwar Suits mit (kurzen) Capri-Hosen, wie sie beispielsweise Dolce & Gabbana, Fendi oder Diane von Furstenberg auf dem Catwalk vorgestellt hatten. Sehr schön auch die vielen Pieces mit ärmellosen Oberteilen, beispielsweise von Akris oder Costume National. Dann gibt es die Suits mit extralangen Jacken (Bally, Acne Studios oder Hermès) oder die Variante mit eleganter Kurz-Jacke (Ralph Lauren, Karen Walker oder Emporio Armani). Neben den klassischen Anzüge (die schönsten von Christian Dior oder Ralph Lauren) kann frau sich entscheiden für Oversize-Suits (Trussardi, Balenciaga oder Antonio Berardi) oder für sportive Anzüge (John Galliano oder Tommy Hilfiger).

SHORTS

An Shorts führt natürlich im Sommer kein Weg vorbei. Auffällig, dass diese Saison ziemlich viele Modelle knielang geschnitten sind. Die Übergänge zu den Bermuda-Shorts, wie sie aktuell bei Barbara Bui, Maison Margiela oder Christopher Raeburn zu sehen sind, sind fließend. Daneben behaupten sich auch die Shorts in Mini-Länge, beispielsweise bei Carven. Chloé oder Bottega Veneta. Und da High-Waisted derzeit hoch im Kurs steht, gibt es auch hoch geschnittene Shorts bei Dries Van Noten, Olympia Le Tan oder Arthur Arbesser. Wie aus der Herrenabteilung, genauer gesagt den Boxershorts entliehen, wirken Shorts mit weit ausgestellten Beinen, wie sie Fendi, Emporio Armani oder Jason Wu in ihren Kollektionen führen. Die Verwandtschaft zu den Culottes lässt sich nicht leugnen. Das genaue Gegenteil aus der „Unterwäsche"-Abteilung, ziemlich slipähnlich, gibt es bei einer ganzen Reihe von Designern, beispielsweise bei Fendi, Missoni, Anna Sui oder Vera Wang. Was das Material betrifft, so ist bei Shorts Denim ebenso angesagt wie Strick oder Leder. Und für Party-Besuche gibt es jede Menge Glanz-und-Glitter-Modelle,

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / ABACA (3)

beispielsweise von Isabel Marant, Marc Jacobs oder Karen Walker. Eine Alternative zur normalen Shorts ist diesen Sommer übrigens die Overall-Shorts, wie sie bei Hermès, Saint Laurent oder Alexis Mabille zu kaufen ist.

BLAZER / JACKEN / MÄNTEL

Schulterfrei ist auch ein aktuelles Thema in Sachen Blazer-Schnitt. Eine Reihe von Designer haben pfiffige Modelle in ihrem Sortiment, beispielsweise Lanvin, Vera Wang, Stella McCartney oder Costume National. Eine ganze Menge mehr Stoff bieten sehr lang geschnittene, etwas maskulin anmutende Blazer oder Jacken, wie sie diesen Sommer bei vielen Designern auftauchen (DKNY, Emporio Armani oder Chloé). Logisch, dass es daneben auch kurze Blazer (Roberto Cavalli oder Moschino) gibt. Asymmetrie wirkt bei Blazern hingegen noch immer etwas gewöhnungsbedürftig (Haider Ackermann oder Acne Studios). Und ob frau sich ausgerechnet für Modelle mit ganz ausdrücklich maskulinem Schnitt entscheiden mag, wie sie Dries Van Noten, Creatures of the Wind oder Antonio Berardi im Programm haben, wird abzuwarten sein. Neu sind Wickel-Blazer, wie es sie von Jonathan Saunders oder Giorgio Armani gibt. Interessant auch Versuche einiger Labels, bei den Blazern möglichst wenig Knöpfe oder Schließen zum Einsatz zu bringen (Boss, Zac Posen, Antonio Marras). Doch die Mehrzahl der Designer setzen auch diesen Sommer auf den Doppelreiher, von Dolce & Gabbana bis DKNY. Bei den Mänteln, sind ärmelfreie Trenchcoats diesen Sommer der Dernier Cri (Gareth Pugh, Saint Laurent, Calvin Klein, Holly Fulton). Bei den Jacken sind kurze Ärmel besonders gefragt (Anthony Vaccarello oder Iceberg). Gertenschlanke Damen können sich auch in ultrakurze Jäckchen zwängen, gewissermaßen Mini-Jacken (Mugler, Versace, Diane von Furstenberg), die dank Bauchfreiheit oder transparenten beziehungsweise meshigen Teilen tiefe Einblicke erlauben. Als Alternative bieten sich Jacken und Mäntel in bodenlangem Schnitt an (Calvin Klein, Marc Jacobs oder Valentino). Oversize bleibt ebenso aktuell wie Capes oder Ponchos.

PRINTS

In Sachen Muster und Prints haben diesen Sommer die Streifen in jeglicher Form, horizontal, vertikal oder gar asymmetrisch verlaufend, breit oder schmal gehalten, die Nase knapp vorn vor Gingham und Plaid.

FARBEN

Neben den von Pantone propagierten zehn Farben des Sommers 2016, vorwiegend ruhige und zurückhaltende Töne, wie warmes Rosé oder helles Blau mit wenigen satten Ausreißern wie einem leuchtenden Gelb, konnten auf den internationalen Laufstegen auch noch eine ganze Reihe weiterer Color-Eyecatcher gesichtet werden: klassisches Schwarz, futuristisches Silber, kühnes Orange, strahlendes Weiß, moosiges Grün, Indigo-Blau, Navy-Blau, dunkles Petrol, leuchtendes Scharlachrot, Burgunderrot, tiefes Amethyst, Koralle, Khaki, Olivgrün, schillerndes Gold, Pink, Quartz-Grau oder Himbeerot.

PLISSEE / RÜSCHEN & CO.

Zwar bleiben Federn (als Bordüren oder als Federrock) und Fransen, beispielsweise bei Kleidern von Boss oder Prabal Gurung, auch diesen Sommer en vogue. Aber sie stehen doch etwas im Schatten von Plissee und Rüschen. Die Plissee-Designer-Riege mit sehr ausgeprägtem, fast schon skulpturalem Faltenwurf wird angeführt von Chanel, gefolgt von Gucci, Hermès und Sonia Rykiel.

Das transparente Kleid von Irina Shayk schrieb schon fast Modegeschichte. Es geht aber auch dezenter.

DÜNNE HÜLLE

Kaum ein Designer, der diesen Sommer die Damen nicht in einen Hauch von Nichts kleiden möchte. Um den sexy **Transparent-Look** alltagstauglich zu machen, ihn gewissermaßen vom Catwalk auf die Straßen zu transponieren, gilt es, schon einige Kniffe zu beachten.

Von ***Peter Lempert***

Noch weniger wäre nackt", so titelte unlängst stylebook.de bezüglich des allgegenwärtigen Trends zum „Transparent-Look" auf der Mailänder Fashion Week für den Sommer 2016. „Irgendwie rührend, dass wir irgendwann einmal geglaubt haben, der primäre Zweck von Kleidung sei es, den Körper zu verhüllen", so die „Süddeutsche Zeitung" jüngst zum gleichen heiklen Thema aus der als „Transparency international" bezeichneten Welt der Promi-Ladys. „Auf dem roten Teppich jedenfalls geht es längst um das genaue Gegenteil: darum, möglichst etwas offenzulegen. Und weil das Dekolleté vorn zwar in der Vergangenheit ungeahnte Spielräume entwickelt hat, aber irgendwo unterhalb des Bauchnabels nun mal Schluss ist, müssen andere Ausschnitte her… Ein bisschen Fischnetz hier, transparente Einsätze dort, Röcke mit durchsichtigem Hinterteil. Im Fachterminus wird so viel Ausschnitt ‚Naked Dress' genannt, seit Rihanna, Beyoncé, Irina Shayk und die unangefochtene Freilichtbühne Jennifer Lopez im vergangenen Jahr häufig mal mit nichts als einem Ganzkörper-Nylonstrumpf mit Swarovskisteinen drauf erschienen… Wer übrigens, wie Rihanna, nicht nur kleine Hütchen auf die Brustwarzen kleben will, zieht lieber noch einen BH unters Fischernetz oder das transparente Leibchen. Aber natürlich nicht den von Hunkemöller, sondern einen, der sich eben sehen lassen kann. Als ‚Little Black Bra', kurz LBB, werden Modelle wie von Saint Laurent bereits bezeichnet, die wirklich viel zu schade zum Verstecken wären. Dafür kosten sie auch rund 500 Euro. Aber wenn man am Kleid spart, kann man ja in den BH investieren." Der als Saint-Laurent-Modell natürlich seinerseits auch wieder durchsichtig ist.

Dass es sich bei „Sexy Sheer" um einen Look handelt, der gar nicht so leicht vom Laufsteg oder roten Teppich auf die Straßen in alltagstauglicher Form transponiert werden kann, dürfte sich von selbst verstehen. Als Yves Saint Laurent anno 1966 den Boudoir-Style vom Ende des 19. beziehungsweise Anfang des 20. Jahrhunderts mit seinen legendären „See-Through"-Blusen auf den Catwalk brachte, wollte er damit nur provozieren. Nun sollen sich die Fashionistas tatsächlich für diesen Hauch von Nichts erwärmen. Was sich wohl nur Damen mit perfekten Bodys erlauben können.

Das Darunter ist bei Transparenz genau so wichtig

„Transparente Kleidung ist Nichtkleidung", wie es Tillmann Prüfer in der „Zeit" mal trefflich definiert hatte. „Hier ist nicht der Schnitt oder die Farbe wichtig, sondern alles darunter… Wer keine Silhouette vorweisen kann, die einen peinfreien Strandaufenthalt ermöglicht, sollte vom Transparent-Look absehen. Sonst sieht das durchscheinende Outfit nicht aus wie der Nebel, der eine Elfe umweht, sondern wie der Schweif eines einschlagenden Kometen… Die neue Transparenz bedeutet nicht, dass mehr Haut gezeigt wird. Vielmehr soll die Durchsichtigkeit eine Ahnung des Körperschnitts geben." Ob die Mehrzahl

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / EMPICS — PICTURE ALLIANCE / ABACA — PICTURE ALLIANCE / DPA — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT

der Designer Prüfers letztere Einschätzung teilen dürfte, lässt sich sicherlich bezweifeln. Sie brauchten immerhin eine geraume Zeit, inzwischen fast fünf Jahre, um die Damen dieser Welt zu diesem alles andere als leichten Trend hinzuführen. Als Sheer Fashion erstmals wieder 2011/2012 vereinzelt auf den Laufstegen aufgetaucht war, dienten offenherzige Brustpartien vornehmlich dazu, die Aufmerksamkeit der Medien und Öffentlichkeit auf eine spezielle Präsentation zu lenken. Es waren gewissermaßen Eyecatcher. Aber so gut wie keine Lady der Welt ließ sich animieren, für diese Klamotten Geld auszugeben.

Transparente Blusen können unter Blazern getragen werden

Auch wenn noch immer viele Frauen beim Betrachten der nackten Tatsachen auf den Catwalk-Schnappschüssen den Kopf schütteln dürften, so sind manche Teile oder Details des Mega-Sexy-Looks durchaus alltagstauglich einsetzbar. Sofern frau sich geschickt daranmacht, die allzu freizügigen Originale einfach ultra-feminin abzuwandeln. Am einfachsten dürfte das gelingen, indem frau sich für federleichte, bodenlange Kleider in Pastellfarben entscheidet, die dank mehrerer Layering-Schichten nur einen Hauch von Transparenz durchscheinen lassen, wie es Alberta Ferretti oder Philosophy bei ihren Shows gezeigt hatten. Eine gute Wahl zum Einstieg in den Trend dürften auch langärmelige Sheer Undershirts darstellen, beispielsweise in Kombination mit einem schulterfreien Top; die Unterhemden sind diesen Sommer wieder en vogue, beispielsweise bei Rodarte, Dries Van Noten oder Zimmermann. Durchsichtige Blusen, am besten nur in den klassischen Farben Schwarz und Weiß (toll die Teile von Christian Dior aus zartem Organza und Chiffon oder von Vera Wang, Aquilano Rimondi, Wes Gordon oder Calvin Klein) gehalten, können geschickt mit maskulin geschnittenen Jacken, Blazern oder Anzügen getragen werden.

Am delikatesten dürften Kleider und Röcke sein, die tiefe Einblicke auf Schenkel und mehr erlauben. Denn kaum eine Lady dürfte im Alltag so selbstbewusst sein, fremden Leuten einen Blick auf ihren Slip zu gönnen, wie es auf dem Catwalk beispielsweise bei Prada, Gucci, Blumarine, Thakoon, Miu Miu, Valentino, Topshop, Prabal Gurung oder Marcel Ostertag (auf der Berliner Fashion Week, hier auch reichlich nackte Haut bei Irene Luft, Augustin Treboul oder Vektor) möglich war. Dagegen hilft eigentlich nur feinstes „Under-Layering". Es sei denn, frau wählt durchsichtige Teile mit recht engen Musterprints oder auch Polka-Dots. Im angesagten Prairie-Chic gibt es aktuell einige schöne Kleider bei Philosophy. Auch Burberry hat einige Dresses im Sortiment, bei denen alle heiklen Stellen mit Prints bedeckt werden. Der Tipp von fashionisers.com, den Sheer-Look einfach mal als Lolita-Girl, im Bohemian-Style oder sportiv-luxuriös zu präsentieren, scheint uns hingegen wenig hilfreich. Da auch diese aktuellen Trends den Hauch von Nichts nur allzu deutlich betonen. Da kann ja auch gleich zu Mesh- oder Häkel-Teilen geraten werden, wie wir sie beispielsweise bei Oscar de la Renta, Balmain oder Simone Rocha gesichtet haben. Interessanter und weitaus weniger Einblicke erlaubend einige Spitzen-Kleider von Preen oder Topshop. Als Ergänzung des Transparent-Looks könnten auch noch durchsichtige Handtaschen in Frage kommen, wie sie beispielsweise aktuell Christopher Kane, Loewe, Tory Burch oder MM6 Maison Margiela in ihrem Sortiment führen.

Zartes Lila bei Dior oder eine lässige Bluse wie bei Alberta Ferretti sind ideal für den Sommer.

Suki Waterhouse trägt ein hauchdünnes Blusenkleid.

DIE FRISURENTRENDS FÜR DEN SOMMER

PINK UND POPPER

Geometrische Schnitte, wilde Wellen oder ungewöhnliche Farbakzente: Die aktuellen Frisuren für den Sommer sind vielfältig. Das gilt auch für Männer. Sie sollten sich auf **ein außergewöhnliches Comeback** gefasst machen.

Man sagt zwar, dass Frauen sich einen neuen Haarschnitt zulegen, wenn sich etwas in ihrem Leben verändert. Aber das muss nicht zwangsläufig eine neue Liebe sein. Manchmal reicht es auch, wenn sich die Jahreszeit ändert. „Was im Sommer auf jeden Fall zum echten Trendsetter wird, ist der Pony", sagt Roberto Laraia, Art Director des Zentralverbandes des deutschen Friseurhandwerks. Kurz, lang oder asymmetrisch – der Pony macht überall auf sich aufmerksam. Einer der großen Vorteile: Die Frisur wird damit wunderbar wandelbar. „Das gilt vor allem dann, wenn der Pony etwas länger gehalten bleibt."

Apropos Längen: „Von ganz kurz über schulterlang bis ganz lang ist im Sommer so ziemlich jede Haarlänge modern", sagt Promifriseur Udo Walz aus Berlin. Wichtig ist der richtige Schnitt. „Dabei arbeitet der Friseur in diesem Sommer vor allem mit Zwischenlängen und Stufen", sagt Laraia. Das Ergebnis sei ein ganz natürlich wirkender Look.

„Im Wesentlichen lassen sich die Tendenzen des Sommers unter zwei Stichworten zusammenfassen: Clean-Look und Ethno-Style", erklärt Laraia. Beim cleanen Look geht es um klare Konturen und grafisch anmutende Schnitte. „Darunter fällt auch ein sehr kurzer Bob mit asymmetrischem Pony." Der Ethno-Style dagegen präsentiert sich natürlich, ein wenig wild und ungezähmt.

Darunter fällt auch ein Trend, dem Udo Walz viel Bedeutung beimisst: „Flechtfrisuren sind aus dem Sommer nicht wegzudenken." Ob ganz kunstvoll oder betont nachlässig – geflochten wird, wann immer sich die Gelegenheit dazu bietet. Das sieht nicht nur gut aus, sondern ist auch ideal für Tage, an denen die Haare einfach nicht sitzen wollen. „Das gilt auch für den Beach-Look, also Haare, die aussehen, als sei man gerade vom Strand gekommen", nennt Hair Designer Thomas Wolff aus Hamburg einen weiteren Trend.

Diesen Look bekommt man selbst schnell hin, wenn man die Haare mit den Fingern zerzaust und mit ein wenig Wachs fixiert. „Eine andere Möglichkeit ist das sogenannte Permanent Styling", erklärt Wolff. Dabei verändert der Friseur die Struktur des Haares so, dass sich die Kundin für etwa zwölf Wochen über definierte Locken und Wellen freuen kann. „Das Prinzip ähnelt der Dauerwelle, ist aber bei weitem nicht so aggressiv zum Haar." Daneben kehrt ein alter Bekannter in diesem Sommer zurück in die Salons: „Das Kreppeisen ist wieder da und sorgt für auffallende Frisuren", sagt Laraia.

Das Kreppeisen ist wieder da

Doch die neuen Frisurentrends werden nicht nur durch ihre Schnitte und das Styling definiert, sondern auch durch Farbe – und bei diesem Thema gibt es eine Menge zu entdecken: „Sonnengelb ist beispielsweise ein toller Ton für Trendsetterinnen, die ihren Pony akzentuieren wollen", meint Laraia. „Darüber hinaus bleiben kühle Blond-Nuancen mit Metallic-Touch angesagt, Brünette greifen zu Tabak-Akzenten oder schimmernden Reflexen in Kupfer", ergänzt Walz.

Der Popper-Cut ist etwas lässiger gestaltet als noch früher.

Auch Pink, das schon im Winter zu sehen war, bleibt in Mode – und kann sowohl flächig als auch auf einzelnen Partien eingesetzt werden. Auch hier bietet sich der Pony natürlich an. Bei langen Haaren lassen sich auch einzelne Strähnen in dieser auffallenden Farbe tönen. Wer es nicht ganz so kräftig mag, hat mit Rosa eine zarte Alternative. „Ganz neu in diesem Sommer ist Silber als Akzentfarbe", sagt Laraia. „Dieser Ton wird für eine einzelne, breite Strähne eingesetzt."

Und was tut sich bei den Männern? „Der Bart bleibt auch in diesem Sommer angesagt", erklärt Walz. Wichtig sei, dass er sauber und gestutzt wirke. Wildwuchs à la kanadischer Holzfäller ist demnach out. Bei den Frisuren geht es lässiger zu: „Die Haare sind nicht mehr so kurz und lassen sich dementsprechend auch stylen. Korrekt für den Job und am Abend oder am Wochenende etwas lässiger", erklärt Wolff. „Dafür ist eine Haarlänge von drei bis fünf Zentimetern ideal."

Darüber hinaus kommt ein Frisurentrend wieder, den man aus den 80ern kennt: der Popper-Look. Zur Erinnerung: Die Popper waren Jugendliche, die sich von der Hippie- und Punk-Kultur abgrenzen wollten. Ihre Markenzeichen: Polohemden, Karottenhosen, Kaschmirpullis mit V-Ausschnitt – und vor allem: Föhnfrisuren mit ausrasiertem Nacken und einem langen, asymmetrisch geschnittenem Pony. Sie feiern nun ihr Revival. „Auch dieser Schnitt lässt sich mit modernen Styling-Produkten immer wieder verändern", betont Laraia.

Andrea Abrell

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / DPA-TMN (2)

FOTO: PICTURE ALLIANCE / ABACA

SONNENBRILLEN IM SOMMER

Auf die Größe kommt es an

Allein schon die ungewöhnliche Größe der neuen Shades sorgt dafür, dass die Sonnenbrillen diesen Sommer ein alles andere als **unauffälliges Accessoire** darstellen. Dazu gibt es jede Menge unkonventionelle Modelle mit einem sophisticated Touch oder auch Eyewear, bei dem die Designer ihren Spieltrieb in Glitter-Details ausleben konnten.

*Von **Peter Lempert***

Go big or go home!“ Knapper und prägnanter als beim Mode-Webportal theblondsalad.com kann der allgemein verbindliche Sonnenbrillen-Trend des Jahres 2016 kaum auf den Punkt gebracht werden. Da wollte glamour.de nicht nachstehen und titelte „Hauptsache groß“. Und da auch die maßgeblichen Insider von fashionisers.com die Überdimensionalität als wichtigstes Merkmal der neuen Shades herausgestellt hatten, sollte sich frau beim Kauf eines aktuellen Teils daran orientieren. Ansonsten hat sie die Qual der Wahl. Weil es neben Klassikern wie Aviator oder Cat-Eye-Sunnies jede erdenklichen geometrischen Formen, alle möglichen Farbvarianten, jede Menge Glamour- und Glittermodelle oder auch kreativ ziemlich abgedrehte Sunglasses gibt.

RANDLOSE SHADES

Hier spielt Karl Lagerfeld so etwas wie den Vorreiter. Die Chanel-Aviators sind nicht nur riesig, sondern rahmenlos und aus einem Guss gefertigt. Zudem sind sie komplett in leuchtenden Farben verspiegelt und wirken futuristisch-unterkühlt. Ein ähnliches Modell mit gelbfarbenen Gläsern hat Roberto Cavalli in seiner aktuellen Kollektion. Die ebenfalls rahmenlose Sonnenbrille von Akris fällt etwas aus dem Rahmen, weil sie vergleichsweise klein gehalten ist.

GLITTER-SUNGLASSES

In Sachen Bling-Bling-Modelle schießt Dolce & Gabbana fraglos den Vogel ab. Ob tatsächlich jemand diese übereich mit floralem Glittersteinwerk eingefassten Brillengestelle auf der Straße tragen möchte, sei mal dahingestellt. Auch die von einem wellenartigen Gestelloberrand gehaltenen Brillengläser von Opening Ceremony sind fraglos nur etwas für ganz Wagemutige. Da sind die Glitterrahmen von Tory Burch und die Goldeinfassungen von Gucci oder Marni noch vergleichsweise harmlos zu nennen.

CAT EYES

Wer dieser Brillenform die Treue halten möchte, wird diesen Sommer bei Anna Sui, Dries Van Noten, Eudon Choi oder Moschino fündig werden können.

SUNGLASSES MIT RUNDEN BRILLENGLÄSERN

Auch die einst von John Lennon salonfähig gemachten Rundbrillen haben in der Maxiversion diesen Sommer weiter Hochkonjunktur, beispielsweise bei Max Mara, N°21 oder (ziemlich schräg bei) Jeremy Scott.

KOMBI VON CAT EYE UND RUNDBRILLE

Wer sich zwischen Cat Eye und Rundbrille nicht entscheiden kann, für den haben die Designer nun einen Hybriden entworfen. Wobei die runden Gläser ziemlich pefekt durch den Cat Eye-Rahmen ergänzt werden. Die schönsten Modelle gibt es bei Fendi, Marni oder Carolina Herrera.

GEOMETRISCH

Wer es ganz viereckig haben möchte, muss sich für eine ziemlich exzentrische Brille von Marco de Vincenzo mit schwarzen Gläsern entscheiden. Bei anderen Designern ist das Viereck nicht gänzlich eingehalten, sondern nur angedeutet, beispielsweise bei Ralph Lauren, Emilio Pucci, Fendi oder Carolina Herrera. Optisch ein Pentagon nachzeichnend die Brillen von Marni und Costu-

Eine Sonnenbrille im Cate-Eye-Stil wie hier von Mango (zirka 20 Euro) eignet sich für Menschen mit einem eher runden Gesicht.

me National.

KLASSIKER AVIATOR

Die Pilotenbrille, nun in XXL-Format, ist ein Evergreen. Von Chanel und Tommy Hilfiger über Stella McCartney und Emporio Armani bis hin zu House of Holland oder Acne.

SHADES MIT ABGEDUNKELTEN GLÄSERN

Natürlich können die Gläser in allen möglichen Farben eingefärbt daherkommen. Aber auffällig ist, dass dunkel getönte Brillengläser derzeit besonders en vogue sind. Ganz egal ob bei Wayfarers von Acne, bei Aviators von Chanel oder Cat Eyes von Isa Arfen. Auch Marni, Moschino, Rochas oder Phillip Lim verbergen die Augen hinter dunklem Glas.

SHADES MIT VERSPIEGELTEN GLÄSERN

Mirrored Sunglasses sind nicht nur einer der Favoriten von Anna dello Russo. Sondern sie waren auch häufig auf den Laufstegen zu sehen, beispielsweise bei Fendi, Akris, Carolina Herrera oder Chanel.

GLASKLAR

Einen ungetönten oder nur leicht eingefärbten Durchblick erlauben Modelle von Gucci, Emilio Pucci, Paul & Joe oder Holly Fulton.

SHADES MIT UNTERSCHIEDLICHEN GLÄSERN

Kaum zu toppen das Modell von Giamba mit herz- und sternförmigen Gläsern. Bei einem Modell von Kenzo scheinen Teile der Gläser wie weg geschmolzen.

DOPPELSTEG-MODELLE

Ursprünglich nur bei Männer-Brillen anzutreffen, gibt es entsprechende Modelle inzwischen auch für die Damenwelt. Wir konnten schöne Shades bei Escada, Eudon Choie, Carolina Herrera, Kenzo, Prabal Gurung oder bei Paul & Joe entdecken.

OMBRÉ-BRILLEN

Brillengläser mit sanftem Farbverlauf sind fraglos noch so etwas wie ein Insider-Tipp. Aber der Lila-Farbverlauf bei einem Modell von Jason Wu ist schon sehr gelungen. Holly Fulton präferiert diesbezüglich die Farbe Pink. Auch Prada und Emporio Armani haben entsprechende Sunglasses in ihrem aktuellen Sortiment.

BUNTE BRILLENGLÄSER

Nicht zu übersehen, dass einige Designer diesen Sommer die Farbe Gelb präferieren, beispielsweise Dolce & Gabbana, Roberto Cavalli, Dries Van Noten, Gucci, House of Holland oder N°21. Auch der Klassiker Blau ist reichlich vertreten, beispielsweise bei Chanel, Fendi, Moschino, Emilio Pucci, Anna Sui oder Louis Vuitton (Petrol!).

BUNTE BRILLENGESTELLE

Natürlich können auch die Fassungen in alle möglichen Farben getaucht werden. Bei Moschino in Aqua-Blau oder trendiges Buttercup-Gelb. Bei Stella McCartney in leuchtendes Grün oder Rot, wobei manche Modelle ziemlich spacig-futuristisch gestaltet wurden.

EXZENTRISCHE SHADES

Uns ist aufgefallen, dass es diesen Sommer ungewöhnlich viele Modelle gibt, die völlig aus dem Rahmen fallen. Acne Studios hat eine Brille im Programm, bei der die durchgehende Gläserfront fast wie ein Komet gestaltet wurde. Geradezu bizarr mutet die Brille von Markus Lupfer an mit weiß umrahmten Sternen auf dunklen, trapezförmigen Gläsern. Die Brille von Loewe erinnert an Konstruktionen, die beim Optiker zur Feststellung der Sehschärfe aufgesetzt werden müssen. Es gibt aber auch einige bekannte Labels, die diesen Sommer mit ziemlich traditionellen Sunglasses zu punkten versuchen. Darunter überraschenderweise Prada, aber auch Burberry Prorsum nd Louis Vuitton.

Noch ein kurzer Blick auf die Sonenbrillen-Modelle für Männer im Somer 2016: Auch die Herren der Schöpung werden sich mit großformatigen Modellen anfreunden müssen. Meist ind die Gläser leicht getönt. Laut dem Magazin „GQ“ haben sich die Labels, eispielsweise Tom Ford, Givenchy, Pra a oder Marc Jacobs, an den 70er-Jahren rientiert: „Der Stil der Sonnenbrillen rinnert an die mondäne Seite des Jahrehnts, so wie sie etwa Robert de Niro in Martin Scorseses Film ‚Casino‘ verkörerte. Unser großer Vorteil heute: Wir müssen nicht für die Mafia arbeiten, um ool auszusehen.“

Der Träger möchte auffallen: Dieses gemusterte Modell mit Doppelsteg ist von More & More (etwa 100 Euro).

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / DPA-TMN (2)

Wenn Fasten zum Fest wird.

ARRANGEMENT

Fasten-Wander-Wochen im Eichsfeld

vom 13. bis 19. März 2016
und vom 29. Mai bis 4. Juni 2016

Neu erlebte Gesundheit, Fitness und Lebensfreude sind Geschenke des Fastens, an denen Sie lange Freude haben werden. Verbringen Sie gemeinsam mit Gleichgesinnten eine Woche des bewussten Genießens: Durchwandern Sie das traumhaft schöne Eichsfeld und erfahren Sie die Schönheit des Loslassens – dabei spüren Sie schnell die reinigende Wirkung des Trinkfastens. Versuchen Sie's!

Freuen Sie sich auf:

- sechs Übernachtungen mit Frühstück inklusive frisch zubereitetem Bio-Obst- oder Gemüsesaft
- köstliche Bio-Gemüsebrühe am Abend
- geführte Wanderungen durch das schöne Eichsfeld
- ein großes Beauty- und Wellnessangebot mit Massagen*
- stilles Wasser und Tee ganztägig gratis
- eine individuelle Fasten-Betreuung durch eine ausgebildete Fastenleiterin
- die großzügige Bäderwelt mit Innen- und Außenbecken, Whirlpool, Strömungskanal und Saunalandschaft*
- die kostenfreie Nutzung der Sporthalle (nach Verfügbarkeit)
- einen kuscheligen Bademantel und Handtücher auf dem Zimmer

€ 682 pro Person im Standard-Doppelzimmer
€ 784 pro Person im Standard-Einzelzimmer

Weitere Zimmerkategorien auf Anfrage.

*gegen Aufpreis nutzbar

Victor's Residenz-Hotel Teistungenburg
Klosterweg 6–7 · 37339 Teistungen
Tel. +49 36071 84-0 · Fax +49 36071 84-444
info.teistungen@victors.de · www.victors.de

Ein Unternehmen der Victor's Residenz-Hotels Süd GmbH
Carl-von-Linde-Straße 42 · D-85716 Unterschleißheim

Victor's
RESIDENZ-HOTEL
TEISTUNGENBURG
★ ★ ★ ★

Fine Dining
im Schloss

Gönnen Sie sich eine kleine Genuss-Auszeit, einfach so und zwischendurch. Was Sie erwartet? Die schönen Dinge des Lebens in einem traumhaft schönen Hotel. Kommen Sie vorbei und freuen Sie sich auf:

- „Secco von der Mosel“ zur Einstimmung
- eine Übernachtung inklusive Good-Morning-Sunshine-Frühstücksbuffet
- kulinarische Aufmerksamkeit aus der Gourmet-Küche
- eine Demi-Flasche Gosset-Champagner
- 5-Gang-Spezialmenu
  im *Victor's FINE DINING by Christian Bau*
  inklusive Apéritif, Mineralwasser,
  korrespondierende Weine, Kaffee
- ein handsigniertes Jubiläums-Booklet
  „10 Jahre Baukunst“ auf dem Zimmer
- stilvolle Entspannung im Wellness-Bereich
  mit Schwimmbad, Whirlpool, Dampfbad,
  Saunen und Fitness-Raum

Superior *p. P. im DZ € 409, EZ € 469*
Deluxe *p. P. im DZ € 419, EZ € 489*
Junior-Suite *p. P. im DZ € 464, EZ € 579*
Suite *p. P. im DZ € 494, EZ € 639*
Götter-Suite *p. P. im DZ € 529, EZ € 709*

ganzjährig buchbar

Victor's
RESIDENZ-HOTEL
SCHLOSS BERG
★★★★★S

Schloßstraße 27–29 · D-66706 Perl-Nennig/Mosel · Telefon +49 6866 79-0
info.nennig@victors.de · www.victors.de
Ein Unternehmen der Victor's Residenz-Hotels GmbH · Kurfürstendamm 100 · D-10709 Berlin