04.05.2018 | www.magazin-forum.de | Beilage zu FORUM-Ausgabe 19

FORUM
DAS WOCHENMAGAZIN

52 Seiten Sonderbeilage

KURZ UND KNAPP
Die neue Bademode ist da

Cool Summer

Von zeitlos lässiger Mode, über neuste Trends und skurrile Accessoires hin zu Haar- und Beauty-Tipps – in diesem Special wird alles vereint

Schenken Sie Glücksmomente

Schöner schenken auf Schloss Berg! Bei Abholung vor Ort erhalten Sie zu jedem Gutschein ab € 250 eine luxuriöse 5-Sterne-Superior-Geschenkverpackung gratis.

Die besten Geschenke kommen von Herzen … und aus dem Victor's Gutschein-Shop. Denn mit einem Gutschein aus Victor's Welt schenken Sie einzigartige Glücksmomente – ganz egal zu welchem Anlass: zum Geburtstag, zum Feiertag oder einfach nur aus Liebe. Wir geben Ihnen drei gute Gründe, warum Sie mit dem Victor's Gutschein-Shop garantiert goldrichtig liegen.

1

ORIGINELL UND INDIVIDUELL.

Im Victor's Gutschein-Shop können Sie Ihren Wunschgutschein ganz individuell zusammenstellen – angefangen beim Gutscheinwert über verschiedene Designs bis hin zur persönlichen Grußbotschaft. Passend zu jedem Anlass und jedem Geschmack.

2

AUSSERGEWÖHNLICHE AUSWAHL.

Die Möglichkeiten sind nahezu grenzenlos: Ob allgemeiner Wertgutschein für alle 13 Victor's Residenz-Hotels oder individueller Gutschein, zum Beispiel für Beauty und Wellness oder unsere beliebtesten Arrangements – Sie haben freie Wahl!

3

RUCKZUCK GEDRUCKT.

Zahlen Sie Ihren Wunschgutschein schnell und bequem per Kreditkarte oder Sofortüberweisung. Danach steht Ihnen der Gutschein zum Downloaden und Ausdrucken zur Verfügung. Wenn's besonders schnell gehen soll, können Sie den Gutschein auch online versenden.

Besuchen Sie jetzt den Victor's Gutschein-Shop:

victors.de/gutscheine

www.victors.de

Victor's
RESIDENZ-HOTELS

24 Wir verkünden die Trends der Damenmode

36 Sneakers sind der Schuh-Dauerbrenner

Mode

WIE YIN UND YANG
Schwarz und Weiß sind Gegensätze in der Mode. Wir präsentieren in einer großen Bilderstrecke avantgardistische Mode. **4**

FÜR IHN SO COOL WIE FÜR SIE
Geschlechterneutrale Mode erfreut sich in den letzten Jahren zunehmender Beliebtheit und findet gerade ihren Höhepunkt. **18**

ALLES KANN, NICHTS MUSS
Eleganz ist auch diesen Sommer nicht unbedingt in der Herrenmode angesagt. Stattdessen lässige Bequemlichkeit. **20**

ABSOLUT IN SOMMERLAUNE
Neben neuen Must-haves wie Trenchcoat-Innovationen, vielfältigen Shorts-Anzügen oder Ballonkleidern gibt es wieder jede Menge weiterer Trends in der Damenmode. **24**

Accessoires

NEUE LOOKS FÜR BADENIXEN
Auf der Miami Swim Week wurden wieder die neuesten Swimwear-Trends für den Sommer präsentiert. **30**

BIZARRE ACCESSOIRE-WELT
Wir präsentieren ungewöhnliche Fashion-Utensilien, die zum Schmunzeln anregen können. Und vielleicht sogar zum Kauf? **34**

NEULINGE UND ALTE BEKANNTE
Während die Schuhe an den Füßen der Männer nun mutiger werden, feiern die Damen ein Wiedersehen mit so manchem Modell der 80er- und 90er-Jahre. **36**

IM MATRIX-RAUSCH
Micro-Versionen sind einer der aktuellen Sonnenbrillen-Trends ohne an der Dominanz der Oversize-Modelle zu rütteln. **38**

Haare und Beauty

„ICH LIEBE NATÜRLICHE BEAUTYLOOKS“
Peter Schmidinger, Make-up-Director der Luxus-Kosmetikmarke Babor, spricht über seine Arbeit, Beauty-Trends und gibt Tipps für frische, sommerliche Make-ups. **40**

LUST AUF ETWAS NEUES?
Undone ist der große Trend bei den Friseuren für die Frau. Dieser Trend zur Natürlichkeit findet sich nicht nur bei Styling und Schnitt, sondern auch bei der Farbe. **44**

„DAS HAAR ZEIGT, WAS DEM KÖRPER FEHLT“
Natur pur bei der Haarpflege liegt im Trend. Marc Motsch ist ausgebildeter Haut- und Haarpraktiker und spricht über seinen Umstieg auf natürliche Pflegeprodukte und gibt Tipps für Bad-Hair-Days. **46**

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: JENNIFER WEYLAND FOTOS: PICTURE ALLIANCE / CAPTITAL PICTURES — PICTURE ALLIANCE / DEICHMANN / DPA-TMN

WIE YIN UND YANG

Schwarz und Weiß sind beliebte Gegensätze in der Mode. Die Nicht-Farben müssen sich den Jahreszeiten nicht anpassen. Wir präsentieren **avantgardistische Mode**, losgelöst vom Trend-Diktat.

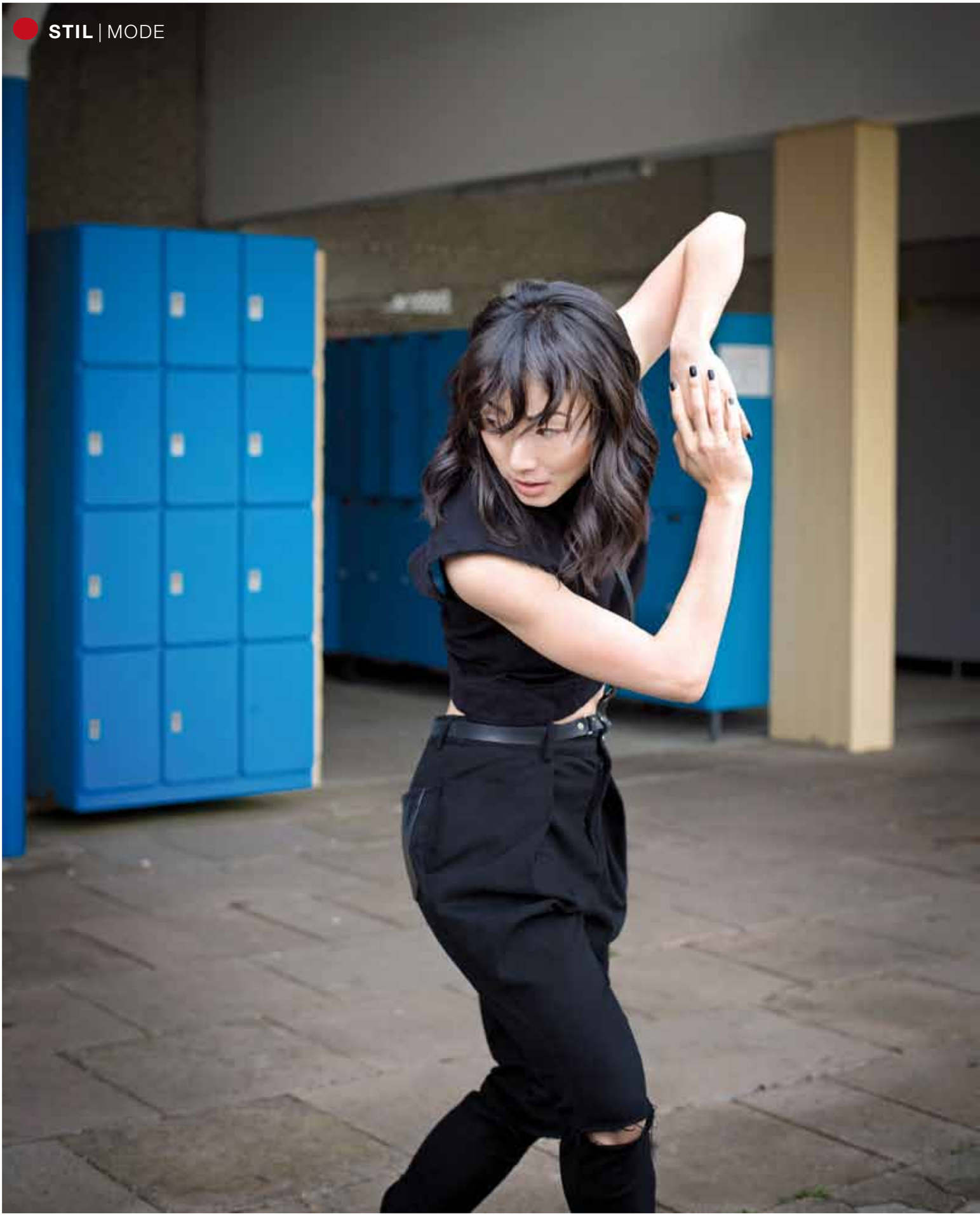
BLACK SUMMER BREEZE

Weste „Osmosis Cie“ aus Chiffon mit Kapuze, 188,95 Euro. **Kleid** mit Schleppe „Nightqueen“ aus Chiffon, 699 Euro.

Ausstattung: Fabian Schmidt Clothing, Nauwieserstraße 9, 66111 Saarbrücken, fabianschmidt.clothing
Fotos: Jennifer Weyland **Hair & Make-Up:** Miriam Regitz **Model:** Mahomi Endoh

FABIAN SCHMIDT

Der Saarbrücker Designer entwirft ausdrucksstarke und tragbare Unisex-Mode. Besonderes Markenzeichen sind ausgefallene Schnitte und bequeme Passformen.



Crop Top aus Baumwolle oder Leinen mit offenem Rücken, 149 Euro. **Hose „Black Bitch“** aus Baumwolle mit Lammledertaschen im Military-Style, 259 Euro. **Gürtel „Harness“** aus Leder, 99 Euro.

SCHWARZES

DUETT

Shorts „Red Bleached Knicker“ aus gebleichtem Leinen, 198 Euro.
Oberteil „Asymmetric Top“ aus gebleichtem Leinen mit Reißverschluss am Rücken, 249 Euro.

WEIT, WEITER,

OVERSIZE

Leinen-Top „Christinee“, 239 Euro. **Hose „Stripes“** aus Denim-Jersey und Wollstoff, 198 Euro.

11
13
15
12
14
16

TRAUM IN **BEIGE**

Pullover „Christinee“ aus Wolle und Polyamid, 259 Euro.

GELIEBTE
GEGENSÄTZE

Mantel „Wisdom“ aus Seide, Wolle und Polyester-Gemisch mit zwei Knöpfen, 699 Euro. **Draped Top** mit umgeschlagenem Kragen, 189 Euro. **Wickelrock „Folded Skirt“**, 169 Euro.

FRESH
PAINT

Crop Top, 149 Euro. **Rock „Asymmetric Latex“** aus Leinen und Latexmilch, 119 Euro. **Asymmetrische Jacke** aus Leinen und Latexmilch, 299 Euro.

Draped Top mit umgeschlagenem Kragen, 189 Euro. **Wickelrock „Folded Skirt“**, 169 Euro. **Fahrradschlauch-Stulpen**, 120 Euro.

COOL
DENIM

Jeansjacke aus Black Denim mit Reißverschluss, 289 Euro. **Shirt** (Kollaboration mit Kontaktstoff.de), limitierte Edition, 40 Euro.

UNISEX-TREND

FÜR IHN SO COOL WIE FÜR SIE

Egal ob bei Make-up, Frisur oder Bekleidung: Dramatik war gestern – Natürlichkeit und Lässigkeit liegen im Trend. So erfreut sich auch **geschlechterneutrale Mode**, die gleichermaßen von Frauen und Männern getragen wird, in den letzten Jahren zunehmender Beliebtheit und erreicht gerade ihren Höhepunkt.

*Von **Kristina Scherer-Siegwarth***

Ein erster Schritt in Sachen Unisex-Bekleidung fand bereits während der Neuen Sachlichkeit (20er- bis 30er-Jahre) statt, als Frauen begannen, Hosen zu tragen. Dies setzte sich durch. Damenhosen fielen jedoch bislang immer recht figurbetont aus. Im Jahr 2009 feierte schließlich die Boyfriend-Jeans ihren Durchbruch – eine extra weit geschnittene Hose für Frauen, die aussieht, als habe man sie bei seinem Freund aus dem Kleiderschrank entwendet. Heidi Klum, Victoria Beckham und Katie Holmes trugen sie sogar auf dem Roten Teppich. Männer hingegen tragen in den letzten Jahren häufig sehr enge Skinny Jeans, die früher nur an Frauenbeinen zu sehen waren.

Im Frühjahr/Sommer 2018 tragen Mann und Frau an kühleren Tagen Blouson- und Bomberjacken, wobei es hier für Frauen teilweise eigene, femininere Modelle gibt – etwa mit floralen Prints oder Patches. Weiterhin aktuell bleiben karierte Holzfällerhemden, auch bei Frauen. Gerade, wenn es noch nicht so heiß ist oder am Abend im Biergarten oder auf dem Sommerfest etwas kühler wird, können sie wunderbar drüber getragen werden. Auch zu Röcken können sie ausgezeichnet kombiniert werden. Entweder, frau nimmt sie in der Tasche mit oder bindet sie sich um, was auch lässig aussieht. Zahlreiche Promis und Influencerinnen machen es vor. Auch leichte Sneakers aus Leinen bleiben bei allen Geschlechtern nach wie vor en vogue.

DAUERBRENNER KARIERTES HOLZFÄLLERHEMD

„Echte“ Unisex-Stücke werden von beiden Geschlechtern in derselben Ausführung getragen. In den letzten Jahren gab es viele Labels – darunter etwa Asos, Zara, Closed, Rad Hourani, Cheap Monday, H&M und Levi’s – die ganze Unisex-Kollektionen herausbrachten. In Unisex-Kollektionen finden sich in erster Linie klassische, gerade geschnittene T-Shirts oder Oversize-Shirts sowie -Pullover, Tank-Tops und Hoodies. Ebenso Denim in allen Varianten – etwa Jeansjacken, -hemden, -hosen oder -Latzhosen. Und im Sommer natürlich auch kurze Denim-Shorts, die insbesondere Frauenbeine schön zur Geltung bringen.

Einige Unisex-Kollektionen bieten auch Röcke an, die ebenfalls von Männern getragen werden. Während Röcke an Männern – zumindest in deutschen Kleinstädten – doch eher die Ausnahme bilden, sieht man Anzughosen und schicke Blazer aus Unisex-Business-Kollektionen häufig auch an Frauen. Die schlichten Kollektionen sind auch farblich völlig neutral und meist in Schwarz und Weiß gehalten, denn der Körper soll nicht in-

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / FIRST VIEW / COVER IMAGES — PICTURE ALLIANCE / ZUMAPRESS.COM (2) — PICTURE ALLIANCE / PYMCA / PHOTOSHOT — PICTURE ALLIANCE / IK ALDAMA

Tommy Hilfiger ist schon im Herbst auf den Trendzug aufgesprungen.

Tierlieb: Gewagter Streetstyle bei der Fendi-Show.

Eher feminine Skinny-Jeans sind seit Längerem auch bei Herren beliebt.

Ein burschikoser Look sieht auch bei Frauen super aus.

szeniert werden. Die Persönlichkeit soll in den Vordergrund rücken, nicht der Körper oder das Geschlecht.

Der Unisex-Trend eröffnet ganz neue Freiheiten. Denn wer kennt das Problem nicht: Man schlendert gemütlich durch einen Klamottenladen und entdeckt Shirts und Kapuzenpullover in ganz tollen Designs, merkt aber kurz darauf, dass man leider in der Herren-Abteilung gelandet ist …

Dieses Problem gehört heute der Vergangenheit an. Besagte Stücke einfach in den kleinsten Größen anprobieren – bestimmt passen sie! Denn T-Shirts und Hoodies für Damen fallen meist lediglich kleiner aus – Schnitt, Form und Look sind aber identisch!

Der Unisex-Trend umfasst auch Accessoires wie Sonnenbrillen, Hüte und Taschen. Immer mehr Männer tragen nicht nur Business-Schultertaschen, sondern in der Freizeit und auf Festivals auch kleine Umhängetaschen, die nicht selten in Damenabteilungen geshoppt werden. Auch Düfte für beide Geschlechter sind begehrt. Der Klassiker der Unisex-Parfums schlechthin ist Calvin Kleins „CK One“, das seit Mitte der 90er-Jahre Weiblein wie Männlein gleichermaßen verzaubert. Das erste Unisex-Parfum der Welt wurde mit „Jicky“ übrigens schon 1889 von Aimé Guerlain erschaffen. Bis heute ist der blumig-würzige Duft erhältlich.

Dass man quer durch die Kollektionen tragen kann, was einem gefällt und sich in Bekleidungsgeschäften nicht mehr auf ein Geschlecht festlegen muss, zählt zu den neuen Freiheiten in der Mode.

Nur bei Dessous sollte man den Unisex-Trend lieber außer Acht lassen, hier könnte es doch zu bösen Überraschungen kommen …

ALLES KANN, NICHTS MUSS

Eleganz ist auch diesen Sommer nicht unbedingt in der **Herrenmode** angesagt. Stattdessen haben die Designer die modischen Weichen weiterhin Richtung lässige Bequemlichkeit gestellt.

Von ***Peter Lempert***

Irgendwo zwischen den maßgeblichen Polen Streetwear, Workwear und Athleisure ist die Herrenmode im Sommer angesiedelt. Dank weiter Schnitte von Hemden, Hosen und Jacken ist Bequemlichkeit meistens Trumpf. Sneakers, Trekkingsandalen, (Pool-) Sliders, Luxus-Flip-Flops, Polo- oder Hawaiihemden, Tracksuits, Overalls, Latzhosen, Raw Denim-Pieces oder Windbreaker werden das maskuline Outfit prägen.

DADCORE

Das ist ein von Kult-Designer Demna Gvasalia anlässlich der Pariser Balenciaga-Show kreierter Begriff. Damit wird das lässig-komfortable Outfit junger Väter beschrieben oftmals bestehend aus Sweater, T-Shirt, Jeans und Blazer. Natürlich wird dies auch in perfekter Umsetzung von Vetements gezeigt, ist aber auch bei Tod's, A.P.C., Heron Preston, Wales Bonner, Julien David oder J.W. Anderson angesagt.

DADCORE

TRAININGSANZUG

OVERALLS

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT (2) — PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO — PICTURE ALLIANCE / IK ALDAMA

MODERN SUITING

Bei diesem Style werden die klassischen Kleidungsstücke des Herrenanzugs, beispielsweise das Sakko oder die Hose, mit bequem-komfortablen Teilen aus Sports- oder Streetswear, beispielsweise Bomberjacken oder Hoodies, kombiniert. So entsteht ein Look, der elegant, aber gleichzeitig auch frisch und jugendlich rüberkommt, wenn das Ganze noch durch eine coole Kappe und Sonnenbrille ergänzt wird.

ANZUG

Gerade in einem zunehmend von Sportswear dominierten Fashion-Umfeld bekommt der klassische Herrenanzug wieder einen gewissen Reiz. Sicherlich bleibt er aber nach wie vor das Aushängeschild der großen italienischen Häuser wie Emporio Armani, Salvatore Ferragamo, Ermenegildo Zegna oder Dolce & Gabbana.

HOSEN – WEIT UND ÜBERLANG

Natürlich werden Skinny-Pants niemals gänzlich unmodisch werden. Doch auch diesen Sommer macht man mit weiten Hosen im Oversize-Format (Junya Watanabe, Rick Owens, Marni, Dior Homme oder Luis Vuitton) mehr her. Teilweise werden die Hosen im Stil der Skater, Raver oder Hip-Hopper der 90er-Jahre extralang über den Schuhen getragen – was den hinteren Säumen in der Regel nicht sonderlich gut bekommt. Neu ist auch der häufig anzutreffende High-Waist-Schnitt, wie ihn beispielsweise Rick Owens, Fendi, Haider Ackermann oder Lanvin präferieren.

OVERALLS

Egal, ob man am liebsten in die Rolle des Kampffliegers oder des Automechanikers schlüpfen möchte – Overalls, Jumpsuits oder Blaumänner sind auf jeden Fall eine ideale Kleidungsoption. Das sehen Brands wie Prada, Dries Van Noten, Boss, Ralph Lauren oder Alexander McQueen offenbar genauso und legen daher diesen Sommer wieder neue Modelle vor.

TRAININGSANZUG / TRACKSUIT

Athleisure-Style at it's best. Die neuen Tracksuits, beispielsweise von MSGM oder Gosha Rubchinskiy, kommen supersoft und luxuriös oder knallfarbig und maskulin daher. Tracksuits sind derzeit so etwas wie die Lieblinge der Designer.

SHORTS (MIT KNIESTRÜMPFEN)

Ultrakurze Shorts in Kombination mit Kniestrümpfen, das traut sich wohl nur Miuccia Prada auf dem Laufsteg zu zeigen. Es wird sich zeigen, ob Männerherzen bei diesem Outfit höherschlagen werden.

RADLERHOSEN

Wahlweise aus Lycra oder Neopren hergestellt, je nach Ableitung vom Radsport oder vom Wellenreiten, sind die Hosen eigentlich nur ein weiteres logisches Puzzleteil im Rahmen der Sportswear. Überraschend ist allerdings, dass bei diesem Trend sogar das Luxuslabel Louis Vuitton kräftig mitmischt. Dazu die üblichen Verdächtigen wie Martin Rose, MSGM oder Gosha Rubchinskiy.

MÄNNERRÖCKE

Immer wieder mal ein Versuchsballon, aber kaum mehrheitsfähig, auch wenn diesen Sommer auffällig viele Designer Men-Dresses in ihrer Kollektion führen: Thom Browne, Loewe, Alexander McQueen, Balmain oder Vivienne Westwood.

BOWLINGHEMDEN

Die Shirts aus den 50er-Jahren mit Rockabilly-Touch haben renommierte Labels wie Prada, Balenciaga oder AMI aus der modischen Mottenkiste hervorgeholt. Die Hemden im Charlie-Harper-Style wirken ziemlich retro und bezeugen daher Trendpotenzial.

POLOHEMDEN

Wohl nicht zuletzt dank des aktuellen Revivals des Klassikers in der Damenmode haben diese Saison so ziemlich alle Menswear-Labels wieder Polohemden in ihre Sommer-Kollektionen 2018 aufgenommen – von Lanvin bis Tommy Hilfiger.

HAWAIIHEMDEN

Die knallbunten, kurzärmeligen Aloha-Shirts mit ihren tropischen Prints haben ihren Ruf als Modesünde abgestreift und finden sich selbst bei Top-Marken wie Balenciaga oder Louis Vuitton.

SHACKETS/SHIRT-JACKET

Sie sind gewissermaßen ein Hybrid irgendwo zwischen Hemd und Jacken – und derzeit mega-angesagt (Neil Barrett, Fendi oder MSGM), vor allem mit riesigen Pattentaschen als Schmuckdetail.

PATTENTASCHEN

Im Zuge des fortschreitenden Workwear-Trends finden Klamotten von Bauplatz oder Tankstelle in veredelter Form Eingang in die aktuelle Herrenmode. Unverzichtbar sind dabei große Pattentaschen, in denen sich allerlei diebstahlsicher versenken lässt. Schließlich ist die Öffnung hinter eine Klappe versteckt. Die Pattentaschen finden sich nicht nur auf Hemden oder auf Shirt-Jackets, sondern auch auf Cargohosen.

BRANDING/LOGOMANIA

Zurückhaltung geht anders. Stattdessen gilt in Sachen Branding offenbar das Motto: Going bigger than ever! Eben genau das, was vielen Millennials so sehr gefällt. Balenciaga oder Gucci lassen sich in Sachen Riesenlogos nicht lange bitten.

BERGSTEIGERKLAMOTTEN

Sie bleiben uns auch diesen Sommer erhalten, auch wenn fraglich sein dürfte, ob man darin die Gipfel der Fashion-

SHORTS

MÄNNERRÖCKE

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT (4)

Welt erklimmen kann. Aber dank allerlei technischer Details können selbst schwierigere Expeditionstouren bewältigt werden.

BUCKET HATS

Sie sind bequem und setzen Entspannung und gutes Wetter voraus. Von daher sind die Fischerhüte für den Kopf, was die Shorts für den Körper sind. Johnny Depp alias Raoul Duke trug eine solche Kopfbedeckung im Streifen „Fear and Loathing in Las Vegas". Jüngst waren Bucket Hats auf den Laufstegen von Lanvin, Louis Vuitton oder Bobby Abley zu sehen.

DOPPEL-GÜRTEL

Nicht alle Männer lieben Gürtel. Nun müssen sie sich am besten gleich mit einer Doppellösung anfreunden. Denn als besondere Eyecatcher um die Körpermitte haben einige Marken wie Y/Project oder Ralph Lauren Purple Label Doppel-Gürtel entworfen.

BUCKET HATS

FEMININE LUXUSMATERIALIEN

EINKAUFSTASCHEN

Man wird es kaum glauben, aber wenn es nach Balenciaga und dem neuen Dadcore-Trend geht, dann sollen die Herren der Schöpfung, zumindest die Familienväter, mit Einkaufstaschen, natürlich aus bestem Leder, in der Hand durch die Welt laufen. Auch Louis Vuitton, J.W. Anderson oder Heron Preston würden die Herren gerne mit diesen Shopping-Taschen (Tote Bags) ausstaffieren.

FEMININE LUXUSMATERIALIEN

Wer glaubt, dass Samt, Organza oder Satin nur etwas für die Damenmode sind, wird diesen Sommer eines Besseren belehrt. Denn die edlen, femininen Materialien tauchen immer häufiger auch in der Menswear auf. Besonders auffällig im aktuellen Sortiment von Comme des Garçons Homme Plus, Y/Project, Balmain oder Alexander McQueen (luxuriöse Abendmäntel).

RAW DENIM

An Jeansteilen führt natürlich auch diesen Sommer kein Weg vorbei. Allerdings werden die hellen Waschungen durch unbehandeltes tiefblaues Denim abgelöst. Raw Denim ist das Jeans-Gebot der Stunde.

ERDFARBEN

Ganz gleich was Pantone bezüglich der Farbtrends postuliert hat, folgen doch viele Herrenmode-Designer ihren eigenen Vorlieben. Diesen Sommer sind es vor allem Erdfarben, die in den Kollektionen von Labels wie Lanvin, Prada, Dries Van Noten oder Alessandro Sartori omnipräsent sind.

WEISS & CO.

Komplett weiße Outfits werden in der Menswear immer wichtiger, allerdings nicht im prolligen Stil von „Miami Vice", sondern deutlich eleganter. Weitaus gewagter sind Farbtöne wie Gelb, Pink, Orange oder Grün.

TRENDMUSTER

Vertikale Streifen sind auch diesen Sommer wieder très en vogue. Manche Designer wie Dolce & Gabbana oder Dsquared2 scheuen allerdings auch vor einem wilden Mustermix nicht zurück, kombinieren sogar Leo- mit Hawaiiprint. Ein Evergreen bleibt das Karomuster.

WAS BLEIBT UND WAS KOMMT

ABSOLUT IN SOMMERLAUNE

Neben neuen Must-haves wie Trenchcoat-Innovationen, vielfältigen Shorts-Anzügen oder Ballonkleidern gibt es wieder jede Menge weiterer angesagter **Trends in der Damenmode**.

Da derzeit zwei verschiedene Stilrichtungen, nämlich minimalistischer Clean Chic samt klaren Schnitten, dezenten Farben oder zurückhaltender Musterung und prachtvolle Opulenz samt extravaganten Prints, üppigen Schmuckdetails oder Bling-Bling, um die Gunst der Fashionistas weltweit werben, ist die Trendpalette diesen Sommer sehr breit gefächert. Zumal natürlich auch noch der lässig-bequeme Athleisure-Style unverändert angesagt bleibt.

OVERALLS

SLIP DRESSES

CARGO-PANTS

Die „Vogue" deklarierte die lässig-komfortable Cargo-Hose jüngst für diesen Sommer zur „new jeans". In Khaki, Armeegrün oder Camouflage-Style wurden die Pants beispielsweise gesichtet bei Sacai, Alexander Wang, Sonia Rykiel oder Emporio Armani.

RADLERHOSEN

Hauteng, knielang und garantiert polarisierend. Nicht jede Frau wird sich mit diesen Hosen, wie sie Saint Laurent, Nina Ricci oder Isabel Marant im Programm haben, anfreunden können, auch wenn es sie in verschiedenen Varianten gibt: elegant, spitzengeschmückt, sportlich oder hippie-like.

CARDIGAN

Einige Designer wie Gucci, Alexander McQueen oder Marc Jacobs versuchen, der guten, alten Strickjacke diesen Sommer zu einem Comeback zu verhelfen.

OVERALLS

Die Jumpsuits bleiben angesagt, wobei sie häufig mit interessanten Cut-outs oder ungewöhnlichen Materialien punkten können. Besonders stechen die Modelle von Stella McCartney, Tom Ford, Tibi und Isabel Marant hervor.

BLEISTIFTROCK

Die 50er-Jahre sind zurück. Zumindest in Sachen Damenrock, denn diesen Sommer führt kein Weg am Pencil Skirt vorbei, von so gut wie allen renommierten Labels von Prada oder Gucci bis hin zu Max Mara oder Fendi propagiert.

BUBBLE SKIRTS / BALLONKLEIDER

Die wohl ungewöhnlichste Dressing-Innovation des Sommers dürften die bauschigen Ballonkleider sein. Sie sind von Vorbildern aus den 50er-Jahren inspiriert, wobei Mary Katrantzou fraglos die schönsten Kreationen gelungen sind.

SHORTS + SHORTS-ANZÜGE

Wenig überraschend, dass die Shorts auch diesen Sommer dank pfiffiger Umsetzungen bei Chloé, Saint Laurent oder Nina Ricci wieder sehr gefragt sein dürften. Überrascht hat uns hingegen das Auftauchen zahlreicher Shorts-Anzüge – von Monse über Marc Jacobs bis hin zu Versace.

HIGH WAISTED TROUSERS

Diese Hosenform ist nicht nur figurschmeichelnd, sondern auch bequem und elegant zugleich. Kein Wunder, dass sie aktuell bei Designern wie Isabel Marant, Roksanda oder Rebecca Taylor sehr beliebt ist.

SLIP DRESSES

Es gibt sie immer noch, aktuell in einer etwas weniger Boudoir-mäßigen Version, beispielsweise von Tory Burch, Preen oder Christopher Kane.

POLO-SHIRTS

Nicht nur in der Herrenmode, sondern auch in der Womenswear sind die Polohemden diesen Sommer wieder gefragt. Dabei gibt es recht viele Modelle im Oversize-Format beispielsweise von Céline, Miu Miu oder Marni.

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT (3)

GYM-CHIC

Leggins à la Etro oder Sportmax zählen ebenso dazu wie Luxusausführungen von Tracksuits bei Bottega Veneta (aus Samt) oder Gucci.

TRENCHCOATS + WINDJACKEN

Innovative Windbreaker (von Valentino, Burberry oder Bottega Veneta) können diesen Sommer die klassische Lederjacke ersetzen. Aber noch mehr Ehrgeiz haben die Designer in die modische Neuinterpretation des Trenchcoats investiert mit besonders ausgefallenen Lösungen von Balenciaga oder Loewe.

CARPENTER JEANS

Denim wird wohl immer ein Evergreen bleiben, aktuell vor allem auch in Gestalt des Canadian Tuxedo. Neu sind die Zimmermann-Jeans im Boyfriend-Look mit einer Unmenge an Taschen, beispielsweise von Kenzo, Balenciaga oder Stella McCartney.

HALB + HALB

Röcke, Hosen oder Blusen, die mittig scheinbar aus zwei verschiedenen Teilen zusammengesetzt wurden, haben einige Labels wie Calvin Klein, Carolina Herrera oder Aquilano Rimondi in ihrem Sortiment. Dabei wird die Halb-Halb-Optik durch verschiedene Farb- oder Mustergebungen erzielt.

KNIESTRÜMPFE

Kaum vorstellbar, was diesen Sommer so alles als coole Strümpfe durchgeht. Denn mehr als knöchelhoch oder gar knieumspielend offensiv zu Röcken oder Dreiviertelhosen getragene Damensocken wie bei Prada oder Christian Dior wären vor einigen Jahren garantiert noch belächelt worden.

PAILLETTEN-GLAMOUR

Auch diesen Sommer lieben die Damen offenbar wieder den Glitzer-Look, den ihnen die discotauglichen Pailletten verleihen. Labels wie Paco Rabanne, Tom Ford, Christian Dior oder Dolce & Gabbana haben es verstanden und verzaubern mit glamourösen Klamotten für exotische Nächte.

FEDERN

Auch diesen Sommer können sich Frauen wieder federleicht fühlen. Dank entsprechend gefiederter Besätze an Klei-

BUBBLE SKIRTS / BALLONKLEIDER

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / ABACA — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT — PICTURE ALLIANCE / CAPITAL PICTURES

FEDERN

PAILLETTEN-GLAMOUR

dern, Tops oder Mänteln beispielsweise bei Balmain, Saint Laurent oder Maison Margiela.

FRANSEN

Sie stellen diesen Sommer sogar die Federn in den Schatten. Auch weil sie nicht mehr nur als kleines, schmückendes Detail an Klamotten oder Taschen auftauchen, sondern häufig in XXL den eigentlichen Akzent setzen.

TRANSPARENZ

Enthüllendes Verhüllen ist ein zentrales Thema der Sommermode 2018. Jedenfalls nach den Vorstellungen der Designer. Nur Mut – trauen Sie sich an Offenherziges heran, wie es Labels wie Balmain, Alexander McQueen, Preen oder Prabal Gurung auf den Laufstegen präsentiert hatten.

PLASTIK

Freien Durchblick ermöglicht diesen Sommer auch die vielseitige Verarbeitung des Materials Plastik – von Mänteln über Kleider oder Hosen bis hin zu Overknee-Stiefeln (Chanel).

PUNK-ROCK-BALLERINAS

Tutus in schwarzem Tüll, kombiniert mit Netzstrümpfen, Leder-Chokern, Nietenschuhen, Band-T-Shirts oder Mesh-Tops – das war die vor allem auf der Pariser Fashion Week gezeigte neue Ballerina-Version.

PRINTS + MUSTER

Streifen, Karos, Florales und Polka Dots sind auch diesen Sommer omnipräsent. Daneben tauchen zur modischen Abwechslung aber auch interessante kunstinspirierte Prints, Regenbogen-Muster oder Cartoon-Bildchen als Klamottenzierde auf. Das Branding mit teils riesigen Logos nicht zu vergessen.

SCRUNCHIES

Der „Dad Hat“, wie die von amerikanischen Vätern gern getragene Baseball-Cap seit geraumer Zeit genannt wird, wird auf den Köpfen modebewusster Damen diesen Sommer ersatzlos gestrichen und durch Srunchies (Haargummis) ersetzt.

STATEMENT-STROHHÜTE

Sie sind diesen Sommer der Hut-Trend Nummer eins, zumal es sie in den verschiedensten Varianten gibt. Leicht und bequem sind sie alle. Tolle Modelle haben wir beispielsweise bei Loewe, Dolce & Gabbana oder Gucci entdeckt.

HÜBSCH-HÄSSLICHE SNEAKER

Grazil war gestern, derzeit übertreffen sich eine Reihe von Designern (beispielsweise Louis Vuitton) mit klobig-robusten Modellen, häufig „Ugly Dad Sneakers“ genannt.

FLIP-FLOPS

Dass diese Latschen tatsächlich mal laufstegtauglich werden könnten, haben sich wohl nicht einmal die wildesten Designer in ihren kühnsten Träumen vorstellen können. Diesen Sommer ist es nun so weit vor allem dank Michael Kors.

MICRO-PURSE

Sie sind kaum mehr als ein Hauch von Nichts, die winzigen Täschlein, die nicht zuletzt dank Rihanna, die auf Barbados mit einer winzigen Purse von Jacquemus gesichtet wurde, ein heißer Trend werden dürften. Natürlich gibt es die Alternativen zu den Fanny Packs auch von anderen Marken wie Alexander Wang oder Oscar de la Renta.

(WEIDEN-) KORBTASCHEN / STROHTASCHEN:

Nachdem die Taschen vergangenes Jahr von Bloggern und Influencern zu Lieblingsstücken gekürt worden waren, haben nun die Designer kräftig nachgezogen. Wicker Baskets gibt es daher derzeit von Kate Spade, Ulla Johnson, Undercover oder Emporio Armani. Aber auch größere Strohtaschen für Strand-Utensilien & Co, sind derzeit en vogue, beispielsweise von Ulla Johnson.

CROSS-BODY-BAGS

Sie sind diesen Sommer die Alternative zu den Gürteltaschen. Und zwar kommen die begehrtesten Cross-Body-Bags in möglichst winzigen Umsetzungen daher, beispielsweise von Missoni, Valentino oder Jeremy Scott.

Ursula Lübke

FRANSEN

STATEMENT-STROHHÜTE

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / ABACA — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT

Wellness-Tage

AM BOSTALSEE

Wohltuende Beauty-Behandlungen, viel Entspannung und feine Menüs am Abend – was braucht es mehr zum Wellness-Vergnügen? Wie wär's mit zwei traumhaften Übernachtungen und zwei köstlichen Menüs? Auch die sind bei diesem Arrangement inklusive.

ARRANGEMENT „Wellness-Tage am Bostalsee"

Freuen Sie sich auf:

- *zwei Übernachtungen mit Frühstück*
- *zwei Abendessen jeweils als 3-Gang-Menü oder Essen vom Buffet*
- *ein Glas Haussekt zur Begrüßung im Victor's Romantik Spa*
- *ein Genießer-Peeling mit anschließender Aromaöl-Rückenmassage*
- *eine Pediküre oder Maniküre mit anschließender Hand- oder Fußmassage*
- *Kaffee, Tee, Saft und Mineralwasser während der Anwendungen*
- *einen kuscheligen Bademantel auf dem Zimmer, inklusive Nutzung unseres Schwimmbads mit Whirlpool, Sauna und Dampfbad*
- *die Saarland Card mit freiem Eintritt zu mehr als 65 Attraktionen und kostenloser Nutzung des saarländischen ÖPNV*

ab € 294 p.P. im Standard-DZ, ab € 343 im EZ

(ganzjährig gültig, außer an Ostern, Weihnachten und Silvester)

Bostalstraße 12 · D-66625 Nohfelden-Bosen · 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

NEUE LOOKS FÜR BADENIXEN

Auf der Miami Swim Week wurden wieder die neuesten **Swimwear-Trends** für den Sommer präsentiert. Mit jeder Menge Überraschungen, beispielsweise Bademoden aus Samt oder „Baywatch"-Modellen mit hohem Beinausschnitt.

*Von **Ursula Lübke***

Jahr für Jahr und zwar ausgerechnet im Monat Juli, wenn es an Floridas Küste schier unerträglich heiß ist, trifft sich das gesamte Who's who der internationalen Bademoden-Designer in Miami zur Swim Week. Dort werden dem interessierten Publikum auf den Laufstegen die neuesten Strandmode-Kreationen präsentiert. Nackte Haut spielt dabei zwangsläufig eine große Rolle, zumal selbst die einteiligen Badeanzüge immer mehr Sex-Appeal ausstrahlen. Von Klassikern wie den heißen String-Bikinis gar nicht erst zu sprechen.

Natürlich versuchen die Special-Brands möglichst in jeder Saison in ihren Kollektionen unkonventionelle Highlights zu setzen. Dabei ist nicht immer abzusehen, ob sich diese tatsächlich zu verkaufsförderlichen Trends entwickeln können. Beispiele gefällig? Gerne, denn für den Sommer haben einige Labels wie Beach Bunny, Lolli Swim, Tina Turk oder Frankies Bikinis ihre Swimwear nicht etwa aus den gängigen Materialien Elasthan oder Neopren hergestellt, sondern sind auf den mehr als ausgefallenen Werkstoff Samt aufmerksam geworden. Der dürfte zwar dank seines vornehmen Glanzes und seiner wunderschönen Farben ein echter Eyecatcher an den Meeresgestaden sein, doch bleibt abzuwarten, ob Velvet ausreichend große Widerstandsfähigkeit gegen Salz, Wasser und Sonne aufbringen kann. Albertine Santiago hat daher für ihren dreifarbigen Einteiler womöglich sicherheitshalber eine Mixtur aus Samt und Lycra gewählt.

Super süß und ausgefallen ist der Bikini der Marke Lolli. Rechts: Pünktchen bei For Love & Lemons.

Der Bedarf an Hosenträgern, Gürteln oder Gurten dürfte für Bademoden gegen Null tendieren. Und doch haben sich einige Marken dazu entschlossen, im Sommer 2018 ihre Stücke mit solch überflüssigen, aber dafür umso auffälligeren Details aufzupeppen. Bikinihöschenträger waren zu bewundern bei Modellen von Hot As Hell oder Prey Swim by Audrina Patridge. Und einen (breiten weißen) Gürtel über einem Badeanzug mit hohem Beinausschnitt präsentierte ein Model auf dem Catwalk des Brands For Love & Lemons.

Vergleichsweise harmlos wirken dagegen schmückende Troddeln und Quasten, die aus der Damenmode als trendige Applikationen fast schon wieder komplett verschwunden sind. In der Bademode aber bleiben sie nun schon die zweite Saison hintereinander angesagt. Eine Spielerei oder verspielte Zierde, die niemanden stören dürfte. Ein weiterer Fun-Look der Sommersaison sind gehäkelte Modelle. Zum Schwimmen vielleicht nicht gerade die perfekte Wahl, aber zum Posen im Sand garantiert allererste Sahne. Besonders ein Strick-Bikini von Beach

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / NEWSCOM (2)

Seafolly macht mit einem außergewöhnlich geschnittenen Top Lust auf Sommer und Strand.

Wer behauptet, Einteiler seien nicht aufregend, kennt nicht die Designs von For Love & Lemons.

Oben: Aguaclara Swimwear romantisch verspielt. Unten: Maaji Swimwear gibt sich sportlich.

Das Bikini-Top mit Schnürungen für 17,99 Euro lässt „untenrum“ viel Kombinationsspielraum.

Auch den Badeanzug für 24,99 Euro und das Bikini-Top für 19,99 Euro gibt’s ab sofort bei H&M.

Bunny hat uns ungemein gefallen oder aber das Tankini-Style-Top von Lybethras oder die Häkeleinsätze beim Zweiteiler von Frankies Bikinis.

Was gibt’s sonst Neues? Nun, erwartungsgemäß im Zuge des „Baywatch“-Revivals – der Film nach der TV-Serie über die Rettungsschwimmer von Malibu war Mitte 2017 in die Kinos gekommen – ein Comeback des Swimsuits mit hohem Beinausschnitt. Übrigens nicht nur, aber auch in der Leuchtfarbe Rot, wie ihn einst Badenixe Pamela Anderson in dem 90er-Jahre-Fernsehklassiker getragen hatte. Schöne Modelle gibt es von Blue Life, Frankies Bikinis, Lolli Swim oder Luli Fama. Tiefe Ausschnitte, allerdings im Bereich des Dekolletés, erlauben aktuell auch die sexy Einteiler von Marken wie Blue Life, Lila Nikole, Mikoh, Goosberry, Liliana Montoya, Silvia Ulson, Hot As Hell oder Frankies Bikinis. Sogar etwas mehr Hautschutz bieten die high-waisted geschnittenen Höschen der Zweiteiler von Montce, Issa De Mar oder Aguaclara. Die Pin-up-Girls der 60er-Jahre und Marilyn Monroe lassen grüßen.

Scheinbar nicht zusammengehörige Bikini-Sets sind ebenso ein aktueller Trend wie asymmetrische One-Shoulder Swimsuits und Bikini-Tops. Klassische Schnürungen sind nicht zu vergessen, die wahlweise am Ausschnitt (Blue Life), am Rücken oder an der Hose eingearbeitet sind. Die Alternative zum Lace-up sind Teile mit pfiffigen Cut-outs oder mit halbtransparenten Mesh-Einsätzen. Wer es lieber bravromantisch mag, kann zu Modellen mit Volants, Rüschen oder Zierbändern greifen. Einen klaren Nachteil gibt es allerdings: Vollkörper-Sonnenbräune ist damit ausgeschlossen. Vorne zugebundene Bikini-Oberteile (Montce, Maaji oder Luli Fama) zogen die Blicke auf den Laufstegen ebenso auf sich wie eher sportive Activewear-Swimsuits meist mit Bralette-Oberteilen. Atemberaubende Monokinis konkurrierten auf den Catwalks mit knappen String Bikinis oder auch Tangas, die im Zuge des Remixes von Sisqós Kulthit „Thong Song“ gerade wieder sehr gefragt sind.

Das Label Luli Fama präsentiert eine asymmetrische Kreation.

An Farben ist alles erlaubt, die häufig behauptete Dominanz von Rosa und Rot in allen Nuancen können wir nicht unbedingt bestätigen. Auch softe Pastelltöne sind nicht unbedingt etwas Neues. Interessanter sind hingegen die Glamour-Glitzer-Stücke von Marken wie Luli Fama, Montce, Angel Brinks, Scandinavian oder Elie Madi. Ob die Two-Toned-Swimsuits tatsächlich das Potenzial haben, wie von den deutschen Ausgaben von „Elle“ und „Cosmopolitan“ behauptet, der heißeste Bademoden-Trend in diesem Sommer zu werden, wird sich zeigen.

Wer es sich einfach machen möchte, zieht für den Weg zum Strand oder für einen Zwischenstopp in der City einfach eine Shorts oder ein Kleid über die Badekleidung drüber. Es gibt aber auch längst perfekte Strandkleid-Swimwear-Kombis im Einheitslook, beispielsweise aktuell von Aguaclara, Maaji oder For Love & Lemons. Noch etwas gewöhnungsbedürftig sind die neuen Strandhosen, wie sie beispielsweise Luli Fama oder Maaji in ihren aktuellen Kollektionen führen. Und wer unbedingt schwitzen möchte, kann den Plastik-Trend aus der aktuellen Damenmode auf die Spitze treiben und in durchsichtigen Kunststoff-Röcken (beispielsweise von Frankies Bikinis) zum Meer laufen.

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO (4) — PICTURE ALLIANCE / NEWSCOM (2) — H&M GROUP (3)

Peace-Zeichen-Tasche bei Moschino, Modell im Werkzeugkasten-Look bei Louis Vuitton.

BIZARRE ACCESSOIRE-WELT

Beim Stöbern durch die schier unüberschaubare Vielfalt der Accessoires sind uns **ungewöhnliche Fashion-Utensilien** aufgefallen, die zum Schmunzeln oder Diskutieren anregen können. Und vielleicht sogar zum Kauf?

Oft hilft schon ein einziges, auffälliges Accessoire, um einen ansonsten eher zurückhaltenden Look modisch ganz gehörig aufzupeppen. Doch das allein scheint diesen Sommer einigen Designern nicht zu genügen, haben sie doch ungewöhnliche, ausgefallene, teilweise sogar als bizarr zu bezeichnende Utensilien geschaffen, die als wahrhaftige Eyecatcher dem übrigen Outfit leicht die Show stehlen können. Dabei handelt es sich meist keineswegs um Must-haves, sondern eher um Extras, über deren Sinn und Zweck getrost diskutiert werden kann – von BH-Handtaschen über Plateau-Crocs bis hin zu Nackenkissen oder Nieten-Gummi-Sandalen.

Was Demna Gvasalia unter dem Label Balenciaga vor einigen Monaten exklusiv für „Colette Paris“ entworfen hatte, hat John Galliano für die ewige Avantgarde-Marke Maison Margiela für die Sommersaison 2018 auf die internationalen Laufstege erhoben: das Nackenkissen aus dem Flugzeug. Das Model auf dem Catwalk trug ein dekoratives weißes Neck Pillow auf seinen schmalen Schultern, gewissermaßen als Schal-Ersatz. Dazu passend eine weiße Augenmaske, die hoch auf die Stirn verschoben war, um der Cat-Eye-Sonnenbrille Raum zu geben. Doch damit nicht genug, hat Galliano auch noch eine mehr als ungewöhnliche Handtasche designt, die in ihrer Oberflächengestaltung an eine Daunendecke erinnert und auf den Namen „Glam Slam“ getauft wurde.

Unübersehbar war auch noch die vom Model zusätzlich in der rechten Hand

EINE TASCHE WIE EIN AKKORDEON

getragene riesige, plüschige, weiße Tasche in Kissenform mit Federn, deren wahre Bestimmung sich nur dank der Henkel erschließen konnte. Ähnliche Kissen-Taschen (Pillow Bags) haben auch Simone Rocha, Marni und Nina Ricci in ihren aktuellen Kollektionen. Reise-Accessoires haben derzeit ohnehin scheinbar Hochkonjunktur. Prada erlaubt sich heuer beispielsweise, gestreifte Kompressionsstrümpfe auf den Markt zu bringen. Balenciaga ist mit Hotel-Slippern zur Stelle. Und von Preen by Thornton Bregazzi gibt's für alle Notfälle tatsächlich auch noch die wärmende Daunendecke dazu.

Speziell in Sachen Handtaschen gibt es eine ganze Reihe verblüffender Innovationen. Den Vogel dürfte dabei Shayne Oliver für Helmut Lang abgeschossen haben, der eine Leder-Bag in BH-Optik entworfen hat. Das XXL-Bra-Format versteht sich von selbst, damit in die Tasche, die wie ein Büstenhalter getragen wird, auch etwas reinpasst. Balenciaga führt Handtaschen aus solidem Plastik in seinem aktuellen Sortiment, die von ihrer Konstruktion her an Arbeiter-Lunchboxen erinnern. Um Taschen aus weniger wasserfestem Material zu schützen, hat das Label eigens Regenüberwürfe oder fast schon eine Art Regenmantel für Taschen auf den Markt gebracht. Bei Calvin Klein finden sich jede Menge Taschen, die eindeutig vom Cheerleading, genauer gesagt vom Pompom genannten Tanzwedel, inspiriert sind. Gabriela Hearst hat eine Tasche in ihrem Programm, die rein äußerlich wie ein Akkordeon aussieht.

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / CHEN YICHUAN/ IMAGINECHINA / DPA — PICTURE ALLIANCE / IK ALDAMA (2) — PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO
PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT — PICTURE ALLIANCE / ZUMAPRESS.COM

Gucci zeigt extrem extravaganten Gesichtsschmuck, Missoni Lurex-Handschuhe, Helmut Lang (rechts) und Anya Hindmarch ausgefallene Taschen.

Da können allerdings andere Labels noch einen draufsetzen: Alexander Wang beispielsweise mit einer wie eine Geldrolle gestalteten Clutch, Dolce & Gabbana mit einer seltsamen, an eine plüschige Lampe mit Samtschirm erinnerndes Modell oder Moschino mit einer einer Taschen-Lösung die einem Lufterfrischungsspray ähnelt. Von skurrilen Tiermodellen beispielsweise von Thom Browne mit einer kompletten Hundefigur oder Philipp Plein – Bärchen mit blinkenden Kristallen – gar nicht zu sprechen. Lustig, wenn auch wenig praktisch sind die Magazin-Namen darstellenden Clutches von Off-White. Dafür hat frau „Time“, „People“ und „Life“ immer gleich zur Hand, ohne die Lesebrille auspacken zu müssen.

Apropos Handtaschen: Die „Vogue“ hat vor einigen Monaten die provokante Frage in den Raum gestellt, ob in absehbarer Zukunft möglicherweise die It-Taschen nicht mehr aus edlen Materialien wir Krokodilleder, sondern aus Papier oder Plastik hergestellt werden. Und gleich auf aktuelle Beispiele im Sommer 2018 in den Kollektionen von Public School, Gypsy Sport, Bernhard Willhelm oder Vaquera verwiesen. Es gibt aber natürlich auch den umgekehrten Weg, den als Erstes das Label Balenciaga eingeschlagen hatte, indem es einfache Einkaufstaschen, beispielsweise Netztaschen aus Plastik, in Leder-Luxus-Versionen umgewandelt hat.

Nachdem Christopher Kane die Crocs vergangene Wintersaison durch Glitzerdetails zu einem It-Schuh geadelt hatte, setzt Demna Gvasalia den Gummi-Tretern aktuell noch einen drauf, indem

RECHT WENIG ALLTAGSTAUGLICHES

er ihnen Plateausohlen unterschiebt. Ob irgendjemand in der Fashion-Welt auf diese zehn Zentimeter hohen Stage Crocs gewartet hat, kann bezweifelt werden. Ähnliches trifft auf die nietengeschmückten Jelly-Modelle von Alberta Ferretti zu, auch wenn Rihanna den bunten Gummi-Latschen aus den 90ern zu einem Comeback verholfen hatte.

Es geht noch ausgefallener: Im kommenden Herbst wird Jeremy Scott eine neue Variante der Moonboots in den Handel bringen, was nur noch durch Overknee-Uggs getoppt werden wird. Nicht nur an den Füßen tut sich allerlei Skurriles, sondern auch rund um die Hände, beispielsweise mit Lurex-Handschuhen von Missoni. Die könnten sogar mit dem Mega-Gürtel im Wrestler-Style von Andreas Kronthaler für Vivienne Westwood kombiniert werden. Aber Achtung: Der Marihuana-Blätter-Print in der Gürtelmitte könnte eventuell Erklärungsbedarf erzeugen.

In Sachen Schmuck führt an Gucci kein Weg vorbei. Zumindest nicht was das mit Abstand wohl am meisten aus dem Rahmen fallende Teil betrifft. Denn ähnlich einem metallischen Bart legt sich das mächtige Schmuckstück um Kinn und Unterkiefer. Festgehalten wird es von einem wenig dekorativ über den Kopf gespannten Band. Schnell mögen sich beim Blick darauf auch kieferorthopädische Assoziationen einstellen. Im Vergleich dazu ist die kettenförmige, alle Finger einspannende Ringlösung von Chloé eine harmlose, alltagstaugliche Kreation.

Peter Lempert

NEULINGE UND ALTE BEKANNTE

Während die **Schuhe** an den Füßen der Männer nun mutiger werden, feiern die Damen ein Wiedersehen mit so manchem Modell der 80er und 90er. Etwa der Pantolette. Aber nichts geht derzeit ohne den Sneaker: Der Turnschuh bleibt ein Dauerbrenner.

*Von **Jule Zentek***

Luxus trifft auf Bequemlichkeit lautet das Credo der neuen Schuhmode. Denn der Tragekomfort steht im Mittelpunkt. „Niemand möchte sich heute mehr einengen lassen, das gilt für Schuhe genauso wie fürs Leben“, sagt Claudia Schulz vom Bundesverband der Schuh- und Lederindustrie in Offenbach. Was bedeutet das für die Trends im Frühling und Sommer?

NATÜRLICHKEIT UND HIGH-TECH

Es heißt, Trends kommen und gehen – der Sneaker beweist seit einigen Jahren jedoch das Gegenteil. „Nach wie vor gelten Sneaker als wichtigstes ‚Key Item‘ der neuen Mode“, sagt Nadine L’Allemand, Chefredakteurin des Branchenmagazins „Shoez“. Neben den klassischen Sneakern in neutralen Farbtönen gewinnen Modelle mit dekorativen Elementen an Beliebtheit – etwa Schleifen, Perlen- und Blütenapplikationen, zählt Ulrike Kähler von der Schuhmesse Gallery Shoes in Düsseldorf auf. Sie sollen dem Fashion-Sneaker femininen Glamour verleihen. Die Schnürsenkel dürfen mit Satin- oder Lurexstoffen auffallen.

Dazu: Der Metallic-Stoff, Trend der vergangenen Saisons, erhält Unterstützung von Glitzer und Schimmer. Da-

neben setzen die Firmen auf sommerliche Muster wie exotische Flora und Fauna sowie auf sommerliche Töne von Rot, Pink, Grün, Blau und Gelb. „Als Neuling räumt man frischem Gelb und Grün oder Oliv große Chancen ein“, ergänzt L’Allemand.

Die Vielfalt des Materials wird auch größer: „Es geht um die Symbiose von Natürlichkeit und Hightech“, sagt Schulz. Leicht und weich sollten die Schuhe sein. Neu, aber schon beherrschend sind dabei Nubuk und Velours mit Streicheleffekt, aber auch Nappaleder und Lackoptik. Hightech kommt in Form von Rubber- sowie 3D-Effekten, transparenten Einsätzen und Changeants dazu. Letzteres ist ein Gewebe, das bei Lichteinfall in verschiedenen Farben schillert. Innovative Entwicklungen finden sich auch für die Sohle: Sie wird federleicht und dazu noch flexibler, erklärt Schuhexpertin Kähler.

Und wozu trägt man Sneaker? Zu allem – und gerne im Stilbruch. „Romantische Volants- und Tüllröcke oder zarte Blumenkleider setzen ganz neue Akzente“, findet L’Allemand.

COMEBACK DER 80ER UND 90ER

Abseits des Sneakers gibt es noch Neuheiten zu entdecken – wobei Neuheit nicht wirklich das richtige Wort ist. Denn die zweite Hauptrolle spielen Modelle der 80er- und 90er-Jahre: Slings, Sabots, Loafers und Pantoletten kommen zurück. Sie sollen nun für jugendliche Lässigkeit stehen. Das gelingt, indem sie Blütendekors, Stickereien, Knoteneffekte, Quasten und Perlenapplikationen erhalten. Dazu werden sie etwa mit Brokat, Denim, Satin und Raffia bezogen. Zu den Erkennungszeichen dieser Schuhmodelle zählen auch zarte Farbtöne und weiches Material wie Nubuk oder Metallicleder.

Slings oder auch Slingback-Pumps und Sandalen gehen in Kürze auf dicken Plateausohlen oder einem komfortablen Blockabsatz. Der Tipp von Trendexpertin Schulz lautet wie folgt: Einige Modelle wirken eleganter, wenn die Ferse zu sehen ist. „Das gilt vor allem für die vorne geschlossenen und schlank geschnittenen Sabots.“ Kombiniert werden die neuen Schuhtrends daher am besten auch zu verkürzten und etwas weiter geschnittenen Hosenmodellen wie Culottes. „Auch Midi-Röcke und -Kleider kommen ins Spiel“, sagt Kähler.

Pastellige Farben sind, angesagt, ebenso leuchtendes Gelb. Außerdem Plateausohlen sowie Blockabsätze.

Ein Trend, der sich bislang aber nur bedingt auf der Straße zeigte, sind Söckchen im offenen Sommerschuh. Aber das sehen die Designer weiterhin vor. Die Söckchen sollten aus Netz oder Lurex, farbig oder dekoriert sein. „Getragen werden sie unter anderem in Loafern, Sneakern und sogar Sandalen“, sagt Schulz. Was nicht ist, kann ja noch werden.

Die Schuhtrends für den Mann

Auch für Männer kann es nur einen geben: Der Sneaker ist der alles überstrahlende Mode-Schuh. Doch er verändert sich leicht von Saison zu Saison – im Frühling und Sommer passt er sich der Oberbekleidung an. Diese setzt sich vornehmlich aus bunten oder auffällig bedruckten Oberteilen sowie weiten Hosen in Cargo- und Chinoform zusammen. „Es geht um lässige, entspannte Silhouetten“, erläutert Ulrike Kähler.

Wie sieht der aktuelle Trend-Sneaker denn aus?

Vor allem die Sohle verändert sich: Sie fällt zunehmend auf dank mehr Volumen, Zweifarbigkeit, geriffelter Haifischzahnoptik oder feinem Streifen-Dessin. Aber: „Leichtigkeit und Helligkeit sind bei dickeren Sohlen ein Muss“, betont Claudia Schulz vom Bundesverband der Schuh- und Lederindustrie in Offenbach.

Welche Farben sind im Handel besonders zu finden?

Der weiße Sneaker ist nach wie vor gesetzt. Er ist das Modell für alle, die es zwar sportlich mögen, aber auch etwas Chic suchen. Mittlere Blautöne und Oliv sind den Experten zufolge zudem angesagt.

Gibt es neue Materialien für die Schuhe?

Extralight-Modelle sind derzeit beliebt, sie gelten als sehr komfortabel. „Inspiriert vom Active Sport kommen sie ganz ohne Schnürung aus“, erläutert Schulz. Hightech-Materialien wie Elastics, Lurex und elastische Gestricke machen den Schuh nicht nur ultraleicht, sondern verleihen ihm auch eine schicke Melange-Optik.
Daneben sind Modelle in Tennis-Optik aus gewaschenem Canvas oder cleanem Nappaleder für den Casual-Look im Handel. Sie sollen für Jugendlichkeit sorgen – „niemand will alt aussehen, sondern optisch dynamisch und sportlich“, sagt Schulz. Sneaker verströmen genau dieses Flair: Zur hochgekrempelten Chino oder verkürzten Hose wirken sie als Blickfang.

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / PRETTY BALLERINAS / DPA-TMN — PICTURE ALLIANCE / JENS BRUCHHAUS / UNÜTZER / DPA-TMN
PICTURE ALLIANCE / GEOX / DPA-TMN — PICTURE ALLIANCE / PROJECT DELRAY / DPA-TMN

Influencerin Caro Daur zieht mit ihrem Modell alle Blicke auf sich.

Im Matrix-Rausch

Dank Instagirls ist die Micro-Version im Matrix-Style einer der aktuellen **Sonnenbrillen-Trends,** ohne an der Dominanz der Oversize-Modelle zu rütteln. Angesagt bleiben Cat-Eye und Pilotenbrille, im Kommen sind sportive Rahmen und solche mit Bling-Bling und getönte Linsen.

Für ihre zahlreichen Follower ist das, was Kim Kardashian denkt oder sagt, so etwas wie ein Gesetz. Wenn sie also in ihrer Reality-Soap „Keeping Up with the Kardashians" postuliert, dass riesige XXL-Sonnenbrillen ab sofort für coole Ladys absolut out sind, dann wird dieses Verdikt befolgt und nicht weiter infrage gestellt. Auch wenn sie damit nur ihrem Gatten Kanye West nach dem Mund geredet hat. Kim: „Kanye hat mir eine lange Mail geschrieben, in der er sagte: ‚Du kannst keine großen Sonnenbrillen mehr tragen. Der Trend geht jetzt in die komplett andere Richtung.'" Der längst auch unter die Modedesigner gegangene Rapper hat seine Erkenntnis vermutlich auf das Studium der Balenciaga-Laufsteg-Präsentation vom Sommer 2017 bezogen. Denn schon damals ließ Demna Gvasalia seine Models mit schmalen, aus der Kultreihe „Matrix" bekannten Sonnenbrillen über den Laufsteg stolzieren. Wenig später zogen Louis Vuitton und Miu Miu mit eigenen Micro-Varianten nach. Und dann war von den üblichen Instagram-Verdächtigen Bella Hadid als erste Prominente zur Stelle, um den Monster-Sonnenbrillen einen schnellen Garaus zu machen. Auch Kendall Jenner, Gigi Hadid oder Caro Daur erwarben sich flugs Verdienste um das Downsizing der Sonnenbrille.

Doch das geschah in völliger Verkennung der realen Marktsituation, die nach wie vor von Oversize-Modellen bestimmt wird. Eine ganze Reihe deutscher Fashion- und Frauenmagazine gingen den Instagirls auf den Leim. Beispielsweise die „Elle": „Je größer, desto besser? Das ist spätestens seit den Cat-Eye-Modellen der letzten Saison nicht mehr die Sonnenbrillen-Devise. Tatsächlich gesellen sich nun klitzekleine, eckige Sonnenbrillen zu einer schier endlosen Reihe an Nineties-Revivals." Oder „Die Bunte": „Je größer, desto besser? Das ist nun vorbei! Jetzt gibt es die Mini-Sonnenbrillen, auch Matrix-Brille genannt … Aber ganz egal ob du dem Science-Fiction-Drama etwas abgewinnen kannst oder nicht – die Street-Style-Girls lieben diese Sonnenbrille abgöttisch. Kleiner Tipp: Trage das Modell lieber nicht zu einem All-Black-Fashion-Outfit, sonst siehst du am Ende doch wie ein Fashion-Geheimagent aus."

Den richtigen Durchblick hatte allerdings das Magazin „InStyle": „Blogger tragen sie schon eine ganze Weile: extrem schmale Sonnenbrillen. Dieser Trend ist bestimmt nicht jedermanns Sache, doch wer mit der Mode geht, kann hier ein bisschen experimentieren." Die „Vogue" sieht in den neuen Mini-Formaten eine tolle Alternative für Frauen, die nicht ihr halbes Gesicht verstecken möchten: „Weil große Brillen nicht jedermanns Sache sind, gibt es auch neue Sonnenbrillenmodelle im Kleinformat." Am besten einfach mal ausprobieren, X-Girl-Sunglasses haben beispielsweise Prada, Off-White, Louis Vuitton, Kenzo oder Sonia Rykiel in ihrem aktuellen Brillen-Sortiment. Wer hingegen lieber dem Motto „more is more" treu bleiben möchte, der sollte sich auch diese Saison wieder mit riesigen Statement-Sonnenbrillen eindecken, die teils schon einem Visier ähnlich sehen.

SCIENCE-FICTION-MODELLE

Bleiben wir noch kurz beim Thema Science-Fiction. Denn neben den Matrix-ähnlichen Modellen haben eine Reihe von Labels futuristische Space-Age-Varianten entwickelt, die den Anschein erwecken, als könne man mit ihnen jede Menge Hightech-Schnickschnack anstellen.

DAUERBRENNER CAT-EYE

Für das renommierte Mode-Portal glowsly.com führt an Katzenaugen diesen Sommer kein Weg vorbei („The star

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / ABACA — H&M GROUP (2)

design of the spring 2018 sunglasses is the cat eye frame"). Nicht zuletzt deshalb, weil diese Brillenform das Gesicht wunderbar strecken und verlängern kann. Modelle in Oversize-Format gibt es beispielsweise von Laura Biagiotti, Salvatore Ferragamo oder Badgley Mischka. Winkeligere Varianten mit spitzen Ecken haben Rochas, Maison Margiela, Louis Vuitton oder Adam Selman in ihrem Sortiment. Noch einen Schritt weiter gehen Acne Studios, Sonia Rykiel oder Ashley Williams mit rechteckigen Cat-Eye-Gestellen.

Neben verspiegelten Gläsern sind auch farbige diesen Sommer sehr gefragt (von H&M 7,99 Euro).

Den Dauerhit Cat-Eye-Modell in Schildpatt-Optik gibt's bei H&M für 9,99 Euro.

KLASSIKER PILOTENBRILLEN

Die berühmten Pilotenbrillen, die nicht nur beim Bordpersonal der Lufthansa beliebt sind, sondern auch bei Hollywoods Actionhelden, bleiben wohl für immer en vogue. Diesen Sommer sind aber vor allem Modelle mit einem doppelten Steg, Double-Bridges genannt, besonders angesagt. Übrigens: Hierzulande ist kaum bekannt, dass es neben dem Aviator von Ray Ban mit seinen tropfenförmigen Gläsern in den USA mit dem „Original Pilot" der Marke American Optical Eyewear (trapezförmige Gläserform) eine fast ebenso legendäre Pilotenbrille gibt. Mit dieser hatten beispielsweise Neil Armstrong und Edwin Aldrin den Mond erobert und Robert de Niro oder Robert Duvall trugen sie in „Taxi Driver" und „Apocalypse Now" auf der Nase.

SPORTLICHE SCHUTZBRILLEN

Lange waren sportive Modelle ziemlich verpönt. Nun haben, nicht zuletzt dank Stilikonen wie Rihanna, eine Reihe von Marken schnittige Sonnenbrillen entworfen, die fraglos auch Radfahrern bei der Tour de France oder Skirennfahrern bei der todesmutigen Abfahrt von der Kitzbühler Streif sehr gut zu Gesicht stehen würden.

VISOR-SCHUTZBRILLEN

Daneben gibt es natürlich nach wie vor die Schutzbrillen ohne den sportlichen Touch, die Erinnerungen an den Chemie-Unterricht wecken. Bono von U2 hat die Visor-Brille ebenso zu seinem Markenzeichen gemacht wie Victoria Beckham. Tolle Exemplare haben aktuell Gucci oder Céline in ihrer Kollektion.

BLING-BLING-SONNENBRILLEN

Die Meinungen darüber, ob es auch rund um die Augen zusätzlich noch glamourös schillern und blinken soll, dürften geteilt sein. Jedenfalls gibt es kaum ein Schmuckdetail, das auf dem Rahmen keinen Platz finden könnte – von Perlen oder Steinchen bis hin zu flimmernden 3D-Blumen. Kaufempfehlungen können wir für Brillen von Coach, Philipp Plein, Moschino, Dolce & Gabbana oder Ashish aussprechen.

EVERGREEN RUNDE GLÄSER

Auch Jahrzehnte nach John Lennon sind Sonnenbrillen mit runden Gläsern ein absoluter Bestseller. Wahlweise mit kleinen Rahmen, wie bei Miu Miu, Etro, Emporio Armani oder Valentino, oder auch im XXL-Format bei Emilio Pucci, Bottega Veneta oder Roberto Cavalli.

VIERECKIGE BRILLEN

Nicht gerade der Megatrend der Saison, aber dennoch eine Brillenform für all jene, die gerne etwas avantgardistisch daherkommen möchten. Zum Probetragen einfach nach entsprechenden Modellen von Calvin Luo, Giorgio Armani oder Angel Chen suchen.

GETÖNTE ODER BI-COLOR-GLÄSER

Durch die rosarote Brille können diesen Sommer nicht nur Verliebte auf die Welt blicken, sondern auch Fashion-Victims. Aber damit nicht genug, schließlich haben die Designer ihre Brillengläser auch noch in vielen anderen Farben gestaltet, von mintgrün bis babyblau. Endlich mal eine willkommene Abwechslung zu den verspiegelten Gläsern, die es natürlich immer noch gibt. Zudem bietet das wieder mal eine Möglichkeit, direkten Augenkontakt mit dem Gegenüber aufzunehmen. Ziemlich kühn sind hingegen gelbe Gläser (Christian Dior, Gucci oder Derek Lam), eigentlich immer möglich sind braune Gläser (Miu Miu, Altuzarra oder Lacoste). Ungewöhnlich: pinkfarbene Gläser (Fendi, Valentino oder Rejina Pyo). Und wer mal farblich etwas ganz Neues ausprobieren möchte, sollte sich für die Bi-Color-Gläser-Exemplare von Marni, Marco de Vincenzo oder Ashley Williams entscheiden.

DARÜBER HINAUS

Es gibt Designer, die mit ungewöhnlichen Bügelgestaltungen experimentieren (Coach oder Fendi). Andere setzen auf Logo-Modelle (Christian Dior oder Dolce & Gabbana). Wieder andere legen ihr größtes Augenmerk auf farbenfrohe Gestelle (Elie Saab oder House of Holland) oder auf mit ungewöhnlichen Prints geschmückte Rahmen (Versace oder Ashley Williams). Last but not least haben die Damen aktuell auch noch die Qual der Wahl zwischen randlosen Brillen (Adam Selman oder Emporio Armani) oder Sunglasses mit halbem Rand (Prabal Gurung oder Giorgio Armani) sowie fragilen Exemplaren mit ganz dünnem Metallgestell (Monse, Céline oder Balenciaga).

P.S.

Matrix-Sonnenbrillen sind auch für Männer angesagt. Wenn es nach Designern wie Louis Vuitton, Marni oder Balenciaga geht, sollen sich in diesem Sommer auch die Männer für kleine und schlanke Matrix-Sunglasses entscheiden. Auch wenn wir glauben, dass die Herren der Schöpfung swohl kaum auf ihre heiß geliebten Pilotenbrillen verzichten werden.

Ursula Lübke

„Ich liebe natürliche Beauty-Looks“

Die Luxus-Kosmetikmarke Babor wurde 1956 gegründet und wird von vielen Spas, Kosmetikstudios und Visagisten genutzt. Im Interview spricht **Peter Schmidinger, International Make-up Director bei „Babor Cosmetics“** über seine Arbeit, Beauty-Trends und gibt Tipps für frische sommerliche Make-ups.

Interview: ***Kristina Scherer-Siegwarth***

Herr Schmidinger, nicht alle Visagisten haben eine Ausbildung an einer Make-up-Schule absolviert. Wie war es bei Ihnen? Und wie war Ihr Einstieg in die Beauty-Branche?

Kreativität und ein Gefühl für Sicherheit gehen bei mir Hand in Hand. Das haben meine Eltern mir beigebracht. Darum machte ich zunächst eine Bankausbildung, der ich dann meinen Traum folgen ließ: die Kosmetik-Ausbildung in München. Dabei gewann ich einen Förderpreis und wurde zur Ausbildung nach Paris eingeladen. Hier entdeckte ich meine Liebe zu einem natürlichen Beauty-Look, denn das maskenbildnerhafte Schminken, das ich dort gesehen habe, ist ein No-Go für mich. Ich kehrte nach Deutschland zurück zu einem Lehrer, der diesen Nude-Look repräsentiert: Horst Kirchberger. Ich hatte das unglaubliche Glück, bei ihm als erster Assistent anfangen zu dürfen. Dies öffnete mir Türen im In- und Ausland, die ersten Angebote für Zeitungen und Designer zu arbeiten kamen rein. Gut sein bedeutet, nie aufhören zu lernen. Also ging ich ins Ausland und bildete mich weiter, sodass ich mich nun auch in der Farb- und Stilberatung sowie im Hairstyling zu Hause fühle.

Für welche Bereiche sind Sie bei Babor zuständig?

Ich bin International Make-up Director. Gemeinsam mit Babor Cosmetics habe ich die Anti-Aging Make-up Linie AGEID entwickelt und zusammen kreieren wir auch zweimal im Jahr einen Trendlook. Die Produkte und neuesten Make-up-Trends stelle ich dann auf Messen und Events unseren Kunden und Interessenten vor.

„Ein noch besseres Gefühl mit Make-up“

„Tri-Colour Blush rose“ lässt die Wangen in Rosé erstrahlen.

Was fasziniert Sie als Mann an den Themen Beauty und Make-up?

Die Schönheit einer Frau beginnt in dem Moment, in dem sie anfängt sie selbst zu sein, denn jeder Mensch ist schön! Mit Make-up kann ich den Menschen ein noch besseres Gefühl geben und gerade Frauen, die sich eher mit den Themen Beauty und Make-up auseinandersetzen, unterstütze ich gerne dabei, selbstbewusster zu sein und sich noch wohler in ihrer Haut zu fühlen. Dabei finde ich es faszinierend zu sehen, was schon kleine Kniffe ausmachen können, um wacher und frischer auszusehen – denn weniger ist in Sachen Make-up oft mehr. Daher habe ich gemeinsam mit Babor ein Make-up entwickelt, das mit exklusiven Texturen und flexiblen Nuancen so individuell ist, wie die eigene Persönlichkeit.

Im Winter trägt man gern etwas dicker auf und greift auch zu intensiven, dunklen Farben. Wie schminkt man sich im Sommer am besten?

Nicht nur im Sommer, schon im Frühling beginnt man mit einem leichteren Make-up. Um dann eine natürliche erste Frühlingsbräune zu schminken, bietet sich ein dreifarbiger Blush in soften Erdtönen und Rosé an. Der Tri-Colour Blush gibt den Wangen eine leichte Farbe wie von der ersten Frühlingssonne gezeichnet. Mit einem Glow kann man danach

FOTOS: BABOR — BABOR / MUSAER

entweder einen sanften frühlingshaften Schimmer auf das gesamte Gesicht zaubern oder nur Wangen, Kinn, Nase und Lider mit einem leichten Bronze-Hauch versehen. Dazu Lip Oil und wasserfeste Mascara und fertig ist das Frühlings-Make-up.

Welche Produkte und Farben sind für ein sommerliches Alltags-Make-up, welche für ein Abend-Make-up geeignet?

In diesem Sommer stehen wir ganz besonders auf Natürlichkeit und Leichtigkeit. Für den Alltag sind hier pastellige Farben auf Lippen und Nägeln gefragt, wozu Metallic Grün und Türkis an den Augen perfekt passt – wenn auch nicht zu stark. Aber natürlich darf es auch knallen: Mit pinkem Lip Oil und hervorstechendem Nagellack zum Beispiel. Abends macht man auch im Sommer mit klassischen Smokey-Eyes nichts falsch – auch dazu knallige Lippen und der Look ist perfekt!

Wie erreicht man den perfekten Sommer-Glow?

Da würde ich zur Doctor Babor Glow Booster Bi-Phase Ampulle greifen, unserer 2-Phasen-Ampulle für eine jugendliche Ausstrahlung. Wenn es eine Creme statt der Ampulle sein darf, garantiert auch die Supreme Glow Anti-Aging Cream aus unserer Reversive-Linie ein jugendliches Strahlen. In Sachen Make-up schwöre ich auf den Luminous Skin Concealer, der im Handumdrehen strahlende Highlights setzt.

Mit welchen Tricks kann man ein Gesicht weicher und jünger erscheinen lassen?

Hier ist es angebracht, sich mit dem Contouring auseinanderzusetzen. Denn wer geschickte Highlights setzt und unterhalb des Wangenknochens und des Kinns etwas verdunkelt, sieht gleich frischer und jünger aus. Eine Wunderwaffe mit Anti-Aging-Effekt ist aber auch das innovative Dual Face Lift Serum von Doctor Babor Lifting Cellular, das zur Optimierung eines jugendlich wirkenden Gesichtsovals dient: Die Haut erfährt ihr persönliches kleines Lifting, erscheint jugendlich gefestigt und prall.

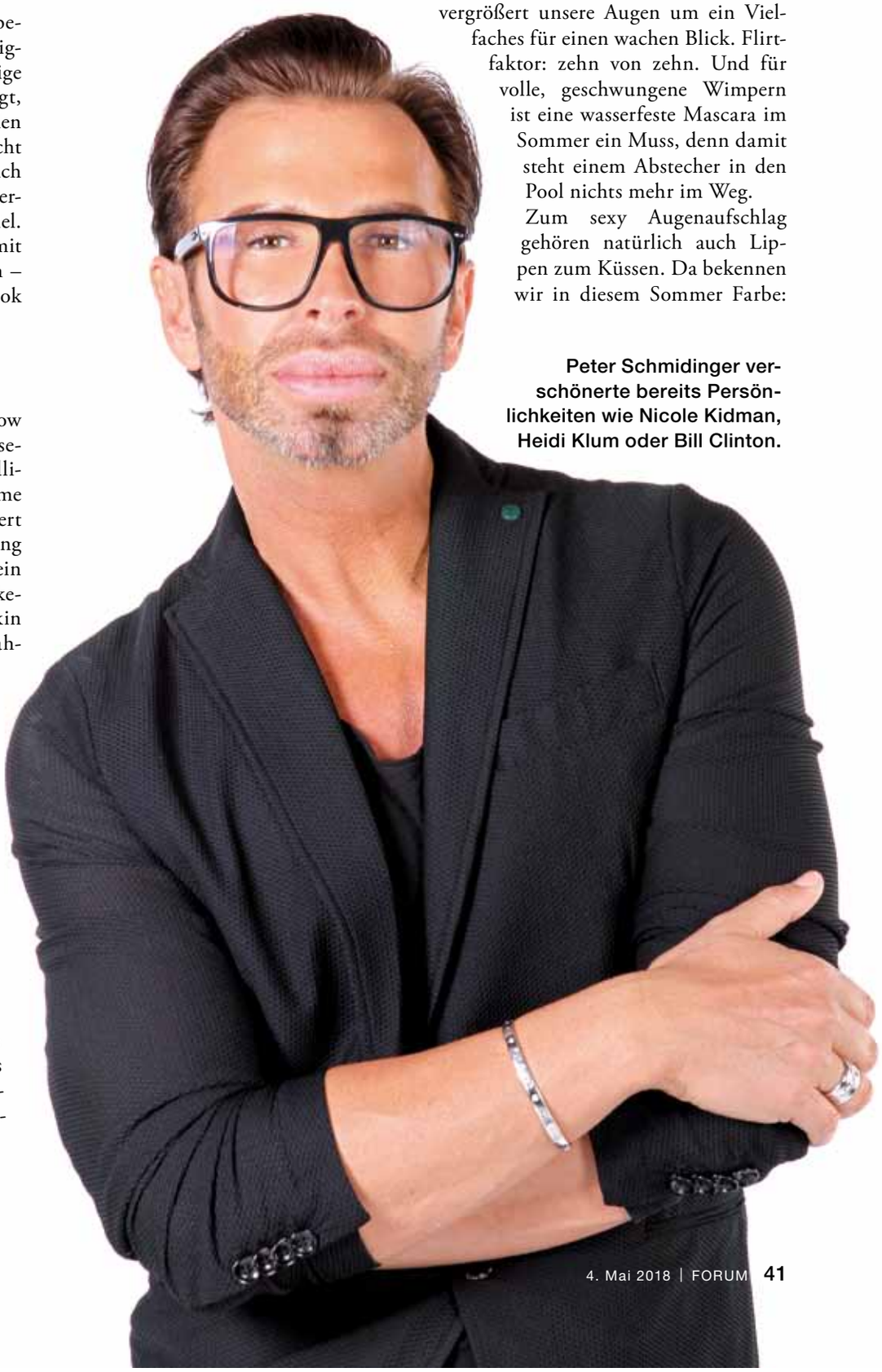
Welche sind für Sie die revolutionärsten Beauty-Produkte?

Neben dem gerade erwähnten Dual Face Lift Serum gehören ganz klar die Babor Ampullen dazu – denn es sind nicht immer die Großen, die Großes leisten! Mehr als 100.000 Beauty-Profis weltweit schwören darauf und ich gehöre dazu. Dank hochdosierter Wirkstoffe aus erlesenen Ingredienzien erzielen die zwei Milliliter eine sofort sichtbare Wirkung – wenn das keine Revolution ist, dann weiß ich auch nicht.

Welche sind die neuesten Beauty- und Make-up-Trends?

Bei Beauty- und Make-up-Trends ist Dramatik aktuell von gestern – heute wollen wir zeigen, dass wir natürlich frisch aussehen! Wie das geht? Mit verführerischen Metallic-Highlights rund um die Augen, zum Beispiel in Mint-Grün, die für einen tollen Augenaufschlag sorgen. Genauso wie ein Eye Contour Pencil in Weiß, denn er vergrößert unsere Augen um ein Vielfaches für einen wachen Blick. Flirtfaktor: zehn von zehn. Und für volle, geschwungene Wimpern ist eine wasserfeste Mascara im Sommer ein Muss, denn damit steht einem Abstecher in den Pool nichts mehr im Weg.

Zum sexy Augenaufschlag gehören natürlich auch Lippen zum Küssen. Da bekennen wir in diesem Sommer Farbe:



Peter Schmidinger verschönerte bereits Persönlichkeiten wie Nicole Kidman, Heidi Klum oder Bill Clinton.

„Cleansing Gel & Tonic“ reinigt schonend, aber gründlich (18 Euro).

„Creamy Lip Colour nude pink“ zaubert volle Sommerlippen (23 Euro).

Die „Argan Cream“ umsorgt die Haut, trockene Partien schwinden (52,90 Euro).

Beerentöne und knalliges Pink sind der Hit für alle Sommer-Abenteuer. Um den Beauty-Look perfekt zu machen, sollten auch die Nails on fleek sein. Sie schließen sich an die Lippen an und freuen sich über Pink-Nuancen oder auch metallene Anstriche. Hände und Füße werden dadurch zum absoluten Hingucker.

Viele Kosmetik-Studios verwenden ausschließlich Produkte von Babor. Was würden Sie sagen, was das Besondere an den Produkten ist?

Wissenschaft. Präzision. Wirkung. Das ist Babor. Durch Forschung, die seit über 60 Jahren in unseren Laboren betrieben wird, kann Babor stets präzise Formulierungen verwenden und somit Verträglichkeit und Wirksamkeit garantieren. Unsere effektive Profi-Hautpflege ist made in Germany und steht für herausragende Ergebnisse und ein wunderbares Verwöhnerlebnis – das macht die Marke so besonders.

Wie viele Babor-Kosmetikstudios existieren in Deutschland?

Wir können um die 70 Beauty-Spas, 250 Hotel-Spas und 1.800 Kosmetikinstitute in Deutschland verzeichnen.

Ampullen-Wunder durch konzentrierte Wirkstoffe

Auf welche Inhaltsstoffe schwört Babor bei Produkten?

Auf präzise konzentrierte Wirkstoffe! Es ist schwierig, genaue Inhaltsstoffe zu nennen. Für Babor steht es im Fokus, immer genau auf die Bedürfnisse der Haut abgestimmte Produkte mit den passenden Inhaltsstoffen zu entwickeln und dabei innovativ vorzugehen. Daher gibt es immer etwas Neues, um die Haut optimal zu versorgen. Um vielleicht ein Beispiel zu nennen: Ganz neu ist unsere Hemp & Peace Ampulle mit dem Trendwirkstoff Hanfsamen-Öl. Es ist reich an Omega-6-Fettsäuren und fördert damit die Regeneration der gestressten Hautbarriere.

Was ist das Besondere an den Ampullen? Wie wendet man sie an?

Die Ampullen sind eine kleine Dosis Luxus für zu Hause, die unter die Haut geht! Sie sind zwar mini – haben aber eine Maxi-Wirkung. Wie eine Creme wird eine Ampulle auf das gereinigte Gesicht aufgetragen. Allerdings wird das Wirkstoff-Konzentrat nicht einmassiert, sondern in die Haut „eingedrückt“. Dazu gebe ich die Flüssigkeit in die hohle Hand und trage sie portionsweise mit den Fingerspitzen auf. Am Ende drücke ich mit der flachen Hand sanft das Konzentrat in die Haut ein. Ich bin ein großer Fan dieser kleinen Beauty-Spezial-Agenten, die am besten als Sieben-Tage-Kur angewendet werden, sodass die Pflege-Depots der Haut auftanken können. Egal in welcher Lebenslage – Babor hat immer eine passende Ampulle parat!

Gibt es Babor-Produkte, mit denen Sie am liebsten arbeiten?

Die Top-3-Alltagshelfer, mit denen ich gerne arbeite und die auch jeder Frau Freude machen sind zum einen Mascara, ohne die ein Gesicht für mich nackt wird. Zum anderen ist es für mich elementar eine Ampulle zu nutzen, die den Teint frisch macht und die zudem als perfekte Make-up-Grundlage fungiert. Da haben wir jetzt ganz neu die Hanfampulle aus der Festival Edition – die bringt nicht nur einen super schönen Glow, sondern riecht auch noch fantastisch! Der Skin Glow Illuminator gehört außerdem in jede Handtasche – das ist das perfekte S.O.S.-Produkt, um wieder Frische in den Teint zu zaubern! Und wenn es unterwegs mal schnell gehen muss, liebe ich es, das Make-up mit Cushion Foundation und Cushion Rouge aufzufrischen.

Wie sieht Ihre Beauty-Routine aus?

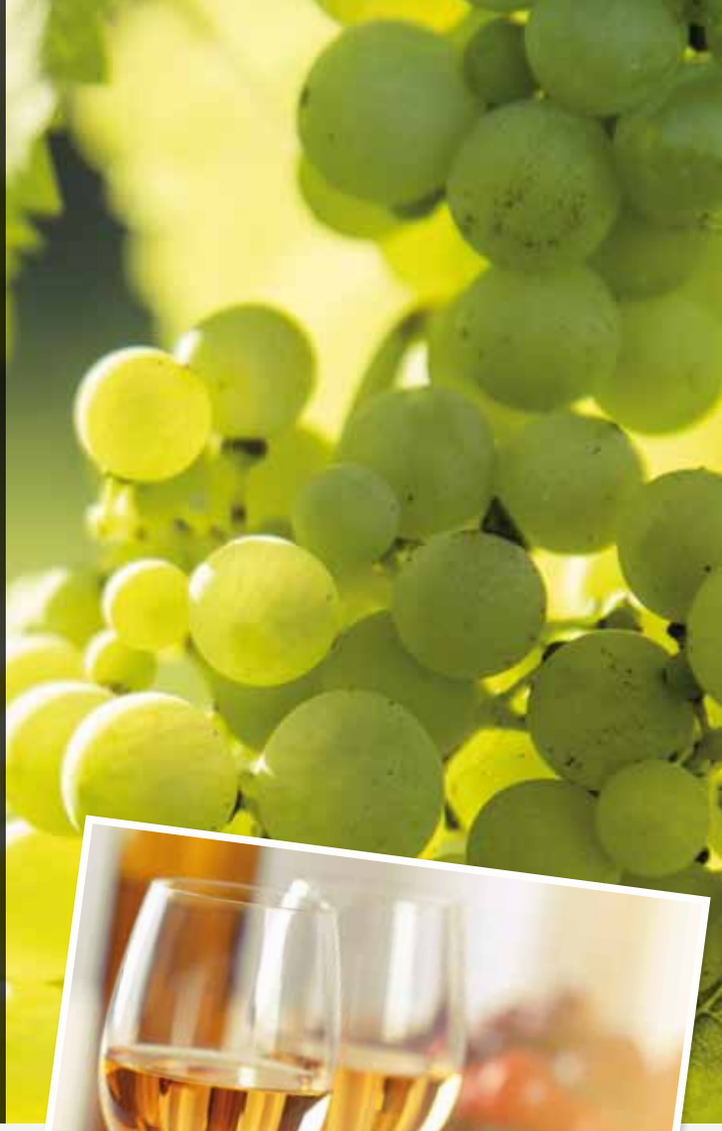
Ich genieße ab und zu kleine Auszeiten bei der Kosmetikerin. Ich liebe zum Beispiel die Doctor-Babor-Behandlung – sie verarztet einen förmlich mit einem neuen, frischen Teint. Jedes Mal erstaunt mich das Ergebnis. Wenn es mal schnell gehen muss – zwischen zwei Shootings zum Beispiel – dann gönne ich mir eine Crash-Kur mit den Babor-Ampullen als schnellen Frische-Kick. Aber wie schon mehrfach gesagt, liebe ich die Ampullen sowieso und starte damit immer gerne in den Tag, um mich frisch und strahlend zu fühlen.

Weitere Informationen im Internet unter:
de.babor.com und
www.peter-schmidinger.com

FOTOS: BABOR (3)

Victor's
RESIDENZ-HOTEL
FRANKENTHAL
★★★★

Wein & Genuss



In einer Region, die bekannt ist für ihre Weine, laden wir Sie ein zu einem besonderen Wochenende im Zeichen der Rebe.

- zwei Übernachtungen im Komfort-Doppelzimmer inklusive reichhaltigem Frühstück vom Buffet
- am Abend ein regionales 3-Gang-Menü inklusive korrespondierender Weine in einer Weinstube in Frankenthal
- eine Flasche Pfälzer Wein auf dem Zimmer
- Nutzung des Wellness-Bereichs mit Sauna, Dampfbad, Whirlwannen und Infrarot-Kabine

ab € 139 pro Person im Komfort-Doppelzimmer
gültig von Donnerstag bis Sonntag

Mina-Karcher-Platz 9 · D-67227 Frankenthal · Telefon +49 6233 343-0 · Fax +49 6233 343-434 · info.frankenthal@victors.de · www.victors.de
Ein Unternehmen der Victor's Residenz-Hotels Süd GmbH · Carl-von-Linde-Straße 42 · D-85716 Unterschleißheim

Lust auf etwas Neues?

Undone ist der große Trend bei den Friseuren für die Frau. Man will also gestylt so aussehen, als sei man nicht gestylt. Dieser **Trend zur Natürlichkeit** findet sich nicht nur bei Styling und Schnitt, sondern auch bei der Farbe.

Im Frühjahr haben Mützen endlich ausgedient, und die Haare kommen wieder zum Vorschein. Ein guter Zeitpunkt für ein neues Styling! Bei den Frisuren für Frauen gibt es in dieser Saison nicht nur den einen Trend, verrät Friseurmeister Willi Decker aus Hamburg. „Sondern viele verschiedene Varianten, die jedoch eine Gemeinsamkeit haben: Sie wirken ausgesprochen natürlich." Ein Überblick:

DIE SCHNITTE

„Keine Frage, der Bob ist und bleibt einer der Favoriten bei den Schnitten", sagt Roberto Laraia, Art Director des Zentralverbands des Deutschen Friseurhandwerks in Köln. „Aber auch diesen Klassiker gibt es jetzt in vielen unterschiedlichen Variationen." Etwa als sogenannter Long Bob, der durchgestuft ist. Oder der Bob trägt einen langen Pony. „In diesem Frühjahr ist der Pilzkopf wieder angesagt, der bereits in den 60er-Jahren für Furore sorgte", ergänzt Friseur Udo Walz aus Berlin. Allerdings in einer moderneren Variante.

Der Bob gehört zu den geometrischen Frisuren, bei denen die Schnitttechnik besonders wichtig ist. Auch beim Pixie-Cut ist das der Fall, der laut Laraia ebenfalls ein Trend im Frühjahr ist. Das ist eine Frisur mit extrem kurzen Haaren, der an die Haarpracht einer Elfe oder eines Kobolds erinnert.

Der Pixie-Cut ist weiterhin angesagt – die Kurzhaarfrisur erinnert an die Haarpracht einer Elfe.

Insgesamt geht der Trend zum sogenannten Undone-Chic. „Das sind Frisuren, die aussehen, als habe man sich lediglich mit den Händen durchs Haar gestrichen", erläutert Decker. „Diese Looks dürfen jetzt sogar so aussehen, als habe man sich selbst die Haare geschnitten." Allerdings steckt dahinter ebenfalls eine ausgeklügelte Schnitttechnik. Auch hier spielen Stufen – wie generell bei den aktuellen Trends – eine große Rolle. „Diese Technik bringt Tiefe und Struktur ins Haar, das dadurch besonders lebendig wirkt", erklärt Laraia.

DIE FARBEN

Wer sich färben möchte und dazu noch in Trendfarben, sollte zu Erd- und Sandtönen sowie Kupfer greifen, die laut Laraia „besonders natürlich wirken". Darüber hinaus sind Metallic-Nuancen und auffällige Hingucker wie leuchtendes Blond oder Blauschwarz angesagt, ergänzt Walz. Aber auch bei den bunten Haaren, ein Hype der vergangenen Jahre

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / MARIO NAGLER/ZENTRALVERBAND FRISEURHANDWERK/DPA-TMN (5)

gerade für Jüngere, bleibt es: Grün, Blau oder Pink, die „verwischt aufgetragen werden, sodass nur ein zarter, farbiger Schleier entsteht“, bleiben angesagt, so Experte Decker.

Strähnchen sorgen für eine lebendige Wirkung. Walz setzt aktuell gerne auf die Technik „American Colours“. „Dabei werden Strähnchen in mindestens drei verschiedenen Farben gesetzt, beispielsweise in Tabak, Mittelbraun und Cognac“, erklärt der Berliner Friseur. „Zusammen ergibt das eine ganz natürliche und lebendige Vielfalt an Tönen.“

Daneben ist auch die Haarfärbetechnik Balayage nach wie vor angesagt. Hierbei werden Strähnchen nicht wie üblich gezogen, sondern quasi ins Haar gemalt. „Allerdings gibt es mit der sogenannten Foilyage eine Weiterentwicklung“, sagt Walz. Wie der Name bereits suggeriert, handelt es sich dabei um eine Mischung aus Balayage und Foliensträhnchen.

Zunächst trägt der Friseur eine Koloration mit einem Pinsel auf. Dann nimmt er einen trichterförmig gefalteten Streifen Alufolie und klappt diese über die Strähne, wo diese heller sein soll als der Rest der Partie.

Diese Technik ermöglicht den sogenannten Sunkissed-Look – die Haare sehen so aus, als hätte die Sonne ihre natürliche Wirkung darauf genommen. Sie bleicht Haare nicht gleichmäßig, sondern unterschiedlich stark aus.

Andrea Abrell

Aufstehen und kurz durchwuscheln: Viele Trendfrisuren wirken aktuell so, als hätte man sie gar nicht gestylt.

Trendfrisuren für den Mann:

30er-Jahre sind zurück

Friseure holen für Männer einen Trendschnitt der Vergangenheit aus den Kisten bei dem vor allem seitens des Figaros Können gefragt ist: Der Messerschnitt feiert ein Comeback, berichtet der Friseur Willi Decker. „Der ist ideal für den angesagten Herrenschnitt im Stil der 30er-Jahre, der besonders präzise geschnitten werden muss.“

Anleihen nimmt die Frisurenmode für den Mann auch bei einem anderen Jahrzehnt: den 20er-Jahren. Genauer gesagt bei den Frisuren in der Romanverfilmung von „Der große Gatsby“. „Kurze Konturen, längeres Deckhaar und Scheitel kennzeichnen diesen Trend“, erläutert Roberto Laraia.

Künstliche Haarfarben sollen am Mann möglichst natürlich wirken, nennt Decker einen dritten Trend. Aber es geht auch anders: Für den Friseur Udo Walz sind „blondierte Spitzen sehr angesagt, ebenso Grautönungen, die das natürliche Grau lebendiger und ausdrucksstärker machen“.

Gute Nachricht: Ebenfalls angesagt bleibt der allseits beliebte Bart. „Neben den klassischen Varianten ist jetzt vor allem der Sieben-Tage-Bart gefragt“, so Decker.

Marc Motsch hat seinen Salon in Saarbrücken und vertraut dort schon lange auf die Kraft der Natur.

FOTO: RICH SERRA

„DAS HAAR ZEIGT, WAS DEM KÖRPER FEHLT“

Natur pur bei der Haarpflege liegt im Trend. Er ist nicht nur Friseur, nein, **Marc Motsch ist ausgebildeter Haut- und Haarpraktiker**. Im Interview spricht der Saloninhaber über seinen Umstieg auf natürliche Pflegeprodukte, Pflanzenhaarfarbe, Haarausfall und gibt Tipps für Bad-Hair-Days.

Interview:
Kristina Scherer-Siegwarth

Herr Motsch, Sie bezeichnen sich als Haut- und Haarpraktiker. Was bieten Sie in Ihrem Salon noch an außer waschen, schneiden, färben?

Wir machen eine ganzheitliche Beratung und sehen den Menschen als Ganzes. Neben der Haarsprechstunde für Pflanzenhaarfarbe, die jede Kundin bei uns absolvieren muss, die Pflanzenhaarfarbe möchte, bieten wir auch Haarsprechstunden bei Kopfhaut- und Haarproblemen an. Auch wenn es um das Thema Haarausfall geht, schauen wir uns die Kopfhaut der Kunden genauer mit einer Mikroskopkamera an, um uns ein Bild über den Zustand machen zu können. Auch bieten wir eine „energetische“ Ausgleichsbehandlung an, Kopfmassagen im Rahmen der Haarerhaltung ebenfalls.
Mit der „Curl-Sys-Schneidetechik“ werden unsichtbare Locken sichtbar gemacht beziehungsweise Bewegung und Volumen in glattem Haar möglich.
Hoffentlich können wir auch bald eine Naturkosmetikerin in unserem Haus willkommen heißen. Denn Haut und Haar gehören für uns zusammen. Insbesondere, wenn es um die Arbeit mit Naturprodukten geht.

KUNDIN BRACHTE STEIN INS ROLLEN

Sicher haben Sie anfangs mit friseurtypischen Marken gearbeitet – aus welchen Gründen sind Sie schließlich auf reine Naturprodukte umgestiegen?

Natürlich habe ich eine klassische Ausbildung bei Lydia Lorenz als auch bei Tom Co Friseure in Mannheim (sechs Jahre), bei denen ich auch als Seminarleiter tätig war, genießen dürfen. Hier wurde ich im klassischen und modischen Haareschneiden, in Styling und Färbetechniken ausgebildet.
Eine meiner Stammkundinnen litt unter einer Allergie gegen chemische Haarfarbe. Sie hatte damals angefragt, ob ich ihr Pflanzenhaarfarbe besorgen könnte. Das war 2011. Ich informierte mich damals bei der Firma Culumnatura, bei der ich

auch später drei Jahre als Farbtrainer tätig war. Bevor ich die Farbe und die Produkte erhielt, musste ich ein Einführungsseminar besuchen, da die Umstellung von synthetischen auf Naturprodukte nicht so ohne Weiteres geht. Dies musste ich an meinem eigenen Kopf zu meinem Leidwesen selbst erfahren. Dort wurde auch eine Ausbildung zum „Haut- und Haarpraktiker" angeboten, welche ich innerhalb eines Jahres absolviert hatte. Die Ausbildung bestand aus acht Modulen. Ich fand das Thema total spannend; was die eigene Lebensführung, das Essen, das wir zu uns nehmen und so weiter für einen Einfluss auf den Menschen haben können.

SCHÖNE HAARE DURCH BALANCE

Parallel dazu habe ich weitere Seminare zum Beispiel bei Reinhold Kopp besucht und eine Ausbildung zum Haar- und Energieberater gemacht. Anfangs konnte ich nicht verstehen, dass man an der Qualität der Haare etwas über den Allgemeinzustand des Kunden sagen konnte. Auch hier durfte ich an meinem eigenen Kopf erfahren, was passiert, wenn man Medikamente wie Antibiotika, Narkosen, Schmerzmittel oder Sonstiges zu sich nimmt und diese einen Riesen-Einfluss auf das Haar haben können. Denn: Das Haar spiegelt unsere eigene Mitte. Wir kennen das alle: Es gibt Tage, an denen liegen unsere Haare gut und am nächsten Tag hängen sie wie Sauerkraut nach unten und sehen vielleicht sogar stumpf und glanzlos aus.

Das Haar ist das letzte in der Versorgungskette, das mit Mineralstoffen versorgt wird. Ist der Körper durch Stress, Übersäuerung oder Krankheit aus der Balance, macht sich das sofort an den Haaren bemerkbar.

Genau wie an den Füßen haben wir am Kopf Reflexzonen und auch die Energiebahnen der Meridianen laufen über den Kopf. Darüber habe ich Zugriff auf das ganze System. Partielle Schuppen, Haarausfall oder totale „Haarverschiebung" sind immer ein Zeichen von einer Disbalance im Körper. Das heißt nicht, dass man krank ist. Lediglich Yin und Yang sind nicht im Gleichgewicht. So hatte ich schon sehr oft den Fall, dass ich im Vorfeld Kunden ansprechen konnte, ob sie vielleicht Probleme mit dem Magen, Darm oder der Galle hatten.

Ich fand das während der Ausbildung total spooky, wenn der Seminarleiter von diesen Dingen erzählt hatte. Aber mit der Zeit, in der ich die Köpfe beziehungsweise Haare meiner Kunden und mir selbst beobachtet habe, fielen mir vermehrt bestimmte Dinge auf, die immer wiederkehrten.

Da ich mich auch sehr für die Traditionelle Chinesische Medizin interessiere und auch in diesem Bereich einige Weiterbildungen besucht habe, finde ich immer mehr Zusammenhänge, die sich mit dem Haarzustand der Kunden decken.

Was ist das Besondere an den Produkten, die Sie verwenden?

Herbanima hat super Pflanzenhaarfarben, die sowohl im Blondbereich als auch im sehr dunklen Bereich perfekt das weiße Haar abdecken. Vorrangig Produkte für die Haare, Kopfhaut und den Säure-Basen-Haushalt. Ayurvedische Wascherde, Teespülungen bei fettiger, schuppiger Kopfhaut, Haarausfall. Sie sind sehr an der Basis orientiert.

Die Produkte der Firma Culumnatura sind für Haut und Haar geeignet. Insbesondere bei Allergikern eine tolle Sache, da es ein Baukasten-System ist. Man kann alles miteinander oder untereinander mischen und durch Zugabe von „Subliments" die Produkte individuell auf den Kunden abstimmen. Das ist natürlich, was den finanziellen Aspekt betrifft, gut, da man kein Übermaß an Produkten im Badezimmer stehen hat.

Die Produkte der Firma Hair Resource, sind sogar „lebendig". Sie sind auf der Basis von fermentiertem Getreide, Früchten, Kombucha und Mikroorganismen in Reifeprozessen von zwei bis vier Jahren – je nach Serie – gereift. Diese arbeiten mit dem ganzen Menschen und sind ebenfalls für Haut und Haar geeignet. Sie haben eine entschlackende Wirkung.

Yelasai-Produkte sind auf der Basis von Ayurveda hergestellt, ebenfalls fermentiert und enthalten einen speziellen Pilz und Kräuterextrakte. Hier wird viel auf das Gleichgewicht von Körper, Geist und Seele geachtet. Wie bereits erwähnt: Ist der Körper in Balance, sind die Haare auch schön.

Sie sagen, dass man an den Haaren den Gesundheitszustand erkennen kann. Welche Erkrankungen kann man an den Haaren ablesen – und wie sehen die Haare dann aus?

Hm, Erkrankungen erkennen ist, denke ich, etwas übertrieben. Krankheiten kann ich daran nicht erkennen. Allerdings sehe ich oft schon, wenn ein Ungleichgewicht im Körper besteht und

Der Haarpraktiker kann seinen Kunden viele wertvolle Tipps mit auf den Weg geben. Auch als Broschüre.

FOTOS: RICH SERRA (3)

wenn ich das Gefühl habe, dass da etwas nicht 100 Prozent in Ordnung ist, empfehle ich meinen Kunden immer ganz gerne den Besuch bei einem guten Heilpraktiker oder Chinesen, der sich mit der TCM auskennt. In der TCM gibt es auch die Puls- und Zungendiagnostik, durch die der Behandler erkennen kann, wo etwas aus der Balance geraten ist. Ebenso gibt es die „Antlitz-Diagnose" der Gesichtshaut, welche bereits seit Jahrhunderten existiert. Genau so kann man das auch an den Haaren erkennen.

Sie verfolgen einen ganzheitlichen Ansatz. Geben Sie denn auch Tipps zur Ernährung?

Wenn es um eine Ernährungsumstellung oder Ähnliches geht, verweise ich immer an Fachleute. Ich kann Tipps und Anregungen geben, Buchmaterial empfehlen. Dafür gibt es entsprechende Ernährungsberater. Aber ich weiß, dass ein bestimmter Mineralstoffmangel zu Haarausfall, trockenem, sprödem, glanzlosem laschem Haar führen kann. Verfärbungen bei der Ausarbeitung der Pflanzenhaarfarbe können durch die Einnahme von Medikamenten und dem daraus resultierenden Mineralstoffmangel entstehen, da der Körper diese zur Entgiftung benötigt.

Wie behandeln Sie Haarausfall?

In Zusammenarbeit mit der Firma Yelasai, die sich mit diesem Thema hauptsächlich befasst, wurde ein Konzept zur Behandlung von Haarausfall entwickelt. Durch eine spezielle Kopfmassage, die über einen Zeitraum von drei Monaten einmal wöchentlich erfolgt plus die Anwendung der ayurvedischen Produkte der Firma kann man versuchen, den Haarausfall zu stoppen und auch wieder rückgängig zu machen. Das Ganze kann zwölf bis 18 Monate dauern, bis der Grundzustand hergestellt ist. Denn Haarausfall ist einmal die Übernahme der Verhaltensweisen unserer Vorfahren wie auch eine Disbalance im Körper. Wo wir wieder beim Thema „Gleichgewicht" sind. Die heutige Zeit ist so schnelllebig geworden – Fastfood, Stress, ungesunde Lebensführung. Dies führt oft zu Haarverlust.

Was kann man selbst bei Haarausfall tun?

Auf jeden Fall sollte abgeklärt werden, woher der Haarausfall kommt. Kehrt er immer mal wieder, wird er durch bestimmte Situationen hervorgerufen oder es liegt ein gesundheitliches Problem zugrunde. Sollte der Haarausfall im Frühjahr oder Herbst wiederkehren, dann ist dies normal.

Fallen aber mehr als 150 bis 200 Haare pro Tag aus, gibt es dafür einen triftigen Grund, der einmal durch einen Arzt und im zweiten Gang durch uns oder einen TCM-Mediziner abgeklärt werden sollte.

Tägliches Haarebürsten mit einer Wildschweinborstenbürste – diese ist dem Menschenhaar ähnlich und kann das Sebum, welches aus der Kopfhaut ausgeschieden wird aufnehmen und im Haar verteilen – hilft dabei, dass die Kopfhaut besser durchblutet wird. Durch das Bürsten gegen den Wuchs wird hier der Haaraufrichtemuskel trainiert, der die Talgdrüse anschiebt und an der Haarwurzel „zieht". In diesem Moment wird die Durchblutung der Kopfhaut angeregt, als auch die Entgiftung und Entschlackung der Kopfhaut. Auch werden Haare herausgebürstet, die sowieso ausfallen würden. Es wird Platz für das nachwachsende Haar gemacht.

Milde Reinigungs- und Pflegeprodukte sollten generell verwendet werden. Vielleicht sogar eine Wascherde, wenn das Haar täglich gereinigt wird. Spezielle Teespülungen können auch hier unterstützend wirken. Auch sollte die Ernährung nicht außer Acht gelassen werden. Denn: Das Haar ist das Letzte, das mit Nährstoffen versorgt wird. Somit ist klar, dass bei Haarproblemen/Haarausfall bereits im System vorher schon etwas aus der Balance geraten ist.

TIPP: EINE WILDSCHWEINBÜRSTE

Gibt es Geheimtipps für gesundes, langes und kraftvolles Haar?

Ja, da gibt es ein Geheimnis: Eine gesunde ausgewogene Ernährung beziehungsweise ein gesunder Lebenswandel und ein achtsamer Umgang mit dem Haar.

Welche Inhaltsstoffe haben die von Ihnen angewandten Pflanzenhaarfarben?

Die Pflanzenfarben beinhalten: Blüten, Blätter und Stängel verschiedener Pflanzen, die fein gemahlen und pulverisiert sind. Jede Pflanze hat bestimmte Färbeeigenschaften und eine bestimmte Farbrichtung.

Die Farben kommen ganz ohne Wasserstoffperoxid aus und somit ist dann auch klar, warum wir hier keine Haare heller oder in einem Färbegang vier bis sechs Töne dunkler färben können. Egal ob chemische oder pflanzliche Haarfarben: Jede Farbe beinhaltet die Grundfarben Gelb, Rot und Blau.

Bevor es zur Sache geht, wird jeder Kunde ausgiebig in einer „Haarsprechstunde" beraten.

Wie lange müssen Pflanzenhaarfarben einwirken und wie lange halten sie im Haar?

Je nach Hersteller schwanken die Einwirkzeiten sehr stark. Sie können – je nachdem, welche Farbrichtung gefärbt wird – fünf Minuten bis zwei Stunden umfassen.
Wir färben vorrangig mit der Firma Herbanima. Hier haben wir grundsätzlich eine feste Einwirkzeit von 30 Minuten. Je nach Haarstärke kann sich diese um bis zu 15 Minuten erhöhen. Eine Zwei-Phasen-Färbung dauert hier dann auch schon mal bis zu 2,5 Stunden, wenn das weiße Haar auf ein Dunkelbraun bis Schwarz gefärbt werden soll.
Während dieser Einwirkzeit kann die Gerbsäure ihrer adstringierenden Wirkung nachkommen. Parallel dazu können sich in dieser Zeit auch die Harze der Pflanzen erweichen, um dann in der Auskühlzeit wieder zu festigen. So entsteht ein super schöner Glanz und damit auch eine Haltbarkeit, die im Grunde besser ist als die einer Chemiefarbe.

Sind hier die gleichen Farbveränderungen wie bei chemischen Haarfarben möglich?

Beim Färben mit Pflanzenhaarfarben sind Grenzen gesetzt, die wir in unserer Haarsprechstunde, die wir vor jeder ersten Farbbehandlung machen, besprochen werden. Habe ich weißes Haar, stehen alle Möglichkeiten offen: von Blond bis Dunkelbraun geht hier alles. Allerdings kann ich Haare nicht um mehrere Töne heller färben. Es sind nur „optisch“ Aufhellungen möglich.

Gibt es auch eine pflanzliche blonde Haarfarbe oder die Möglichkeit, helle Strähnen ins Haar zu bekommen?

Die besagte optische Aufhellung können wir schaffen, das heißt ich kann maximal einen goldenen oder kupfrigen, rötlichen Glanz über das Haar legen, was dieses dann heller wirken lässt. Ein Mittelaschblond sieht immer dunkler aus als ein Mittelblondgold.

„ICH LASSE TRENDS NICHT AUSSER ACHT“

Orientieren Sie sich in irgendeiner Art an Trends?

Natürlich orientiere ich mich auch an den Trends. Mir ist es auch sehr wichtig, darüber informiert zu sein. Aber ehrlich gesagt: Mittlerweile sind viele Haarschnitte und insbesondere Haarfarben so übertrieben, dass ich sagen muss: Macht dies Sinn? Welche Kunden tragen solche Schnitte oder Farben? Bei mir stehen immer der Kunde und seine Bedürfnisse im Vordergrund. Die Wandelbarkeit des Haarschnittes ist mir wichtig. Den Haarschnitten liegt meist ein „klassischer“ Schnitt zugrunde, der durch unterschiedliche Stylingvarianten verändert werden kann.
Die berühmt-berüchtigten „100 neue Sommer-Frisuren“ gibt es nicht. Einzig und allein die Haare, Haarfarbe, die unterschiedlichen Haar- und Knochenstrukturen als auch die Verteilung des Haares auf dem Kopf beziehungsweise Haarstärke und Wuchsrichtung, lassen die Haarschnitte immer anders aussehen.

Mit welchen Produkten kann man stark geschädigtes Haar wieder aufbauen und mit welchen arbeiten Sie am liebsten?

Wir arbeiten bei stark geschädigtem Haar in der Regel am liebsten mit den Produkten der Firma „I'm Hair Resource“. Dieses Produkt beinhaltet Mikroorganismen und Mineralstoffe, die dem Haar wieder zugeführt werden, da es sie bei der Chemie verloren hat. Auch funktionieren die Produkte der Firma Herbanima hier sehr gut. Ausschlaggebend für welche Serie man sich entscheidet, ist hier der Preis.

Haben Sie Tipps für sommerliche Bad-Hair-Days?

Um den sommerlichen Bad-Hair-Days zu entkommen, empfehlen wir zum Beispiel:
„D 8“ von „I'm Resource“ als Hitzeschutz, wenn mit dem Lockeneisen gearbeitet wird. Hierbei werden dem Haar noch einmal Mineralstoffe zugeführt und während der Hitzeeinwirkung Kohlenhydrate gleichmäßig freigesetzt, um ein Austrocknen der Haare zu vermeiden. Oft ist das Haar nach der Anwendung dann schöner als vorher.
„LD6“ von „I'm Resource“, um das Haar im Anschluss zu stylen und ihm Struktur zu geben.
„LD3“ von „I'm Resource“, wenn ich möchte, dass das naturgelockte Haar schön gebündelt und gepflegt aussehen soll, ohne zu verkleben. Sheabutter, fermentierter Reis und Muschelfäden dienen hier der Pflege und zur Festigung, ohne es fettig aussehen zu lassen.

Weitere Infos unter: www.marc-motsch.de

Im Salon gibt es ein umfassendes Haarpflegesortiment. Wer Motsch bei seiner Arbeit unterstützen möchte, kann sich ab sofort bewerben.

FOTO: RICH SERRA

Victor's
RESIDENZ-HOTEL
TEISTUNGENBURG
★ ★ ★ ★

Von Schwimmen bis Schlemmen

AKTIVTAGE IM EICHSFELD

Aktiv-Urlaub im idyllischen Eichsfeld für echte Siegertypen: mit großer Bäderwelt, Badminton- und Sportplätzen sowie einem köstlichen Menü auf der Zielgeraden.

ARRANGEMENT
„Aktivtage“

- *2 oder 3 Übernachtungen mit reichhaltigem Frühstück*
- *Schlemmer-Buffet oder 3-Gang-Menü (nach Wahl des Küchenchefs) am Abend*
- *1 Flasche Sekt und ein kuscheliger Bademantel auf dem Zimmer*
- *eintauchen in die große Bäder- und Saunawelt*
- *aufschlagen auf den Badminton- und Squashplätzen und Nutzung des Fitnessraums*
- *Sport-Equipment inklusive (Squash, Badminton, Tischtennis, Nordic Walking)*

2 Nächte:
ab € 158 pro Person im Zweibettzimmer
3 Nächte:
ab € 235 pro Person im Zweibettzimmer

Für die perfekte Auszeit!

„Das sportliche Blau mitten im Grünen.“

Klosterweg 6–7 · D-37339 Teistungen
Telefon +49 36071 84-0 · info.teistungen@victors.de · www.victors.de
Ein Unternehmen der Victor's Residenz-Hotels Süd GmbH · Carl-von-Linde-Straße 42
D-85716 Unterschleißheim

VENI. *Vidi*. VICTOR'S.

KOMMEN, SEHEN, GENIESSEN SIE – 13-MAL IN DEUTSCHLAND.

WWW.VICTORS.DE

Victor's
RESIDENZ-HOTELS

2 x Berlin · Erfurt · Frankenthal · Gummersbach · Leipzig · München · Nohfelden-Bosen · Perl-Nennig/Mosel · 2 x Saarbrücken · Saarlouis · Teistungen