28.09.2018 | www.magazin-forum.de | Beilage zu FORUM-Ausgabe 40

FORUM
DAS WOCHENM

52 Seiten Sonderbeilage

Komm Kuscheln

Der Herbst hält Einzug – wie auch unsere Modestrecke beweist. Außerdem gibt's einen Trendüberblick für Damen wie Herren sowie Must-haves aus der Beauty-Branche

Winter auf Schloss Berg

GENIESSEN SIE DIE GEMÜTLICHSTE ZEIT DES JAHRES

Winterzeit ist Genusszeit. Gönnen Sie sich wunderbare Wohlfühltage auf Schloss Berg und lassen Sie sich vom winterlichen Charme unseres Domizils verzaubern. Für luxuriöse Verwöhnmomente sorgen dabei köstliche Kulinarik, herrliche Wellness, perfekter Service und höchster Komfort.

Freuen Sie sich auf:

- *zwei Übernachtungen inklusive Good-Morning-Sunshine-Frühstücksbuffet*
- *ein Glas „Secco von der Mosel" zur Begrüßung*
- *eine kulinarische Aufmerksamkeit und Mineralwasser auf dem Zimmer*
- *ein 4-Gang-Menü an beiden Abenden nach Verfügbarkeit im Restaurant Bacchus oder im Victor's Landgasthaus Die Scheune*
- *eine Genießerstunde an zwei Tagen mit einem Stück Kuchen pro Person aus der Patisserie*
- *stilvolle Entspannung im Wellness-Bereich mit Schwimmbad, Whirlpool, Dampfbad, verschiedenen Saunen und Fitness-Raum*

Gültig vom 16.11.2018 bis 27.02.2019 – ausgenommen Weihnachten, Silvester, Fastnacht und Valentinstag. Buchbar bis drei Tage vor Anreise. Keine kostenfreie Stornierung möglich.

Zusätzlich zu unseren eigenen Leistungen für Sie kostenfrei. Details unter: www.card.saarland

Jetzt buchen und wahre Genussmomente zum Vorteilspreis genießen –

ab € 219

p. P. im DZ

www.vct.rs/winteraufschlossberg

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

Schloßstraße 27 – 29 · D-66706 Perl-Nennig/Mosel
Telefon +49 6866 79-0 · Fax +49 6866 79-100
info.nennig@victors.de · www.victors.de

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

32 Die kommenden Trends der Herrenmode im Überblick

44 Tucking: Das stylishe Einstecken von Kleidung will gelernt sein

Lifestyle

MODE-SPECIAL IN BILDERN
Der Herbst ist da und mit ihm tolle Farben und flauschige Westen für coole Streetstyle-Looks. **4**

„ZU 95 PROZENT FASHION-ORIENTIERT“
Ivonne Becker ist 42, glücklich verheiratet, Mutter zweier Kinder, sportbegeistert und verrückt nach Mode. Obendrein schafft sie es, mehr als 26.000 Follower täglich mit ihren lässigen Outfits zu begeistern. **20**

„FISCHEN IST HARTE ARBEIT“
Birgit Dragonat steht mit ihren 49 Jahren mitten im Leben und möchte Frauen jenseits der 40 beweisen, dass man in jedem Alter Spaß an Mode haben kann. **22**

MODE, DIE MEHR KANN
Wer seinen Schrank mit individueller Kleidung bestücken will, muss fernab der bekannten Einkaufsketten shoppen, denn dort findet man Teile, die nicht nur bekleiden, sondern einen auch im Alltag begleiten. **24**

Mode und Accessoires

MODISCHE WINTER-KOKONS
Die kalten Tage lassen nicht mehr lange auf sich warten. Daher ist es Zeit, die angesagten Trends und Looks der Damenmode für den Winter zu präsentieren. **26**

MÄNNER, TRAUT EUCH WAS!
Auch diesen Winter können die Herrenmode-Designer wieder mit einer Reihe interessanter Innovationen aufwarten. **32**

DIE ACCESSOIRE-JAGD IST ERÖFFNET
Aus der Vielzahl angesagter Accessoires haben wir für Fashion-Hunter eine kleine Auswahl zusammengestellt. **36**

Service und Styling

„SCHÖPFERIN DES PERFEKTEN BLICKS“
Medina Shala hat sich in Ihrem „Lash Room“ auf Wimpern-Extensions spezialisiert. Im Interview spricht sie über deren Anbringung, die richtige Pflege, Haltbarkeit und mögliche Nebenwirkungen. **40**

TUCK IT!
Vorbei die Zeiten, als Oberteile nur in Hose oder Rock eingesteckt oder darüber getragen wurden. Denn derzeit sind in der Damenmode lässig-unkonventionelle Alternativen der letzte Schrei. **44**

AUF DEM NEUESTEN STAND
Auf Fashion-Shows haben sich neue Beauty-Trends abgezeichnet. Allerlei Neues gibt’s auch in Sachen Frisuren und Nageldesign. **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: GETTY IMAGES / COFFEEANDMILK FOTOS: PICTURE ALLIANCE / XINHUA NEWS AGENCY — PICTURE ALLIANCE / ABACA

MODE-SPECIAL

Der Herbst ist da und mit ihm tolle Farben und flauschige Westen für **coole Streetstyle-Looks**. Wer ein bisschen wagemutiger ist, kann auch elegante Anlassmode geschickt in den Alltag integrieren. Und das zu erschwinglichen Preisen.

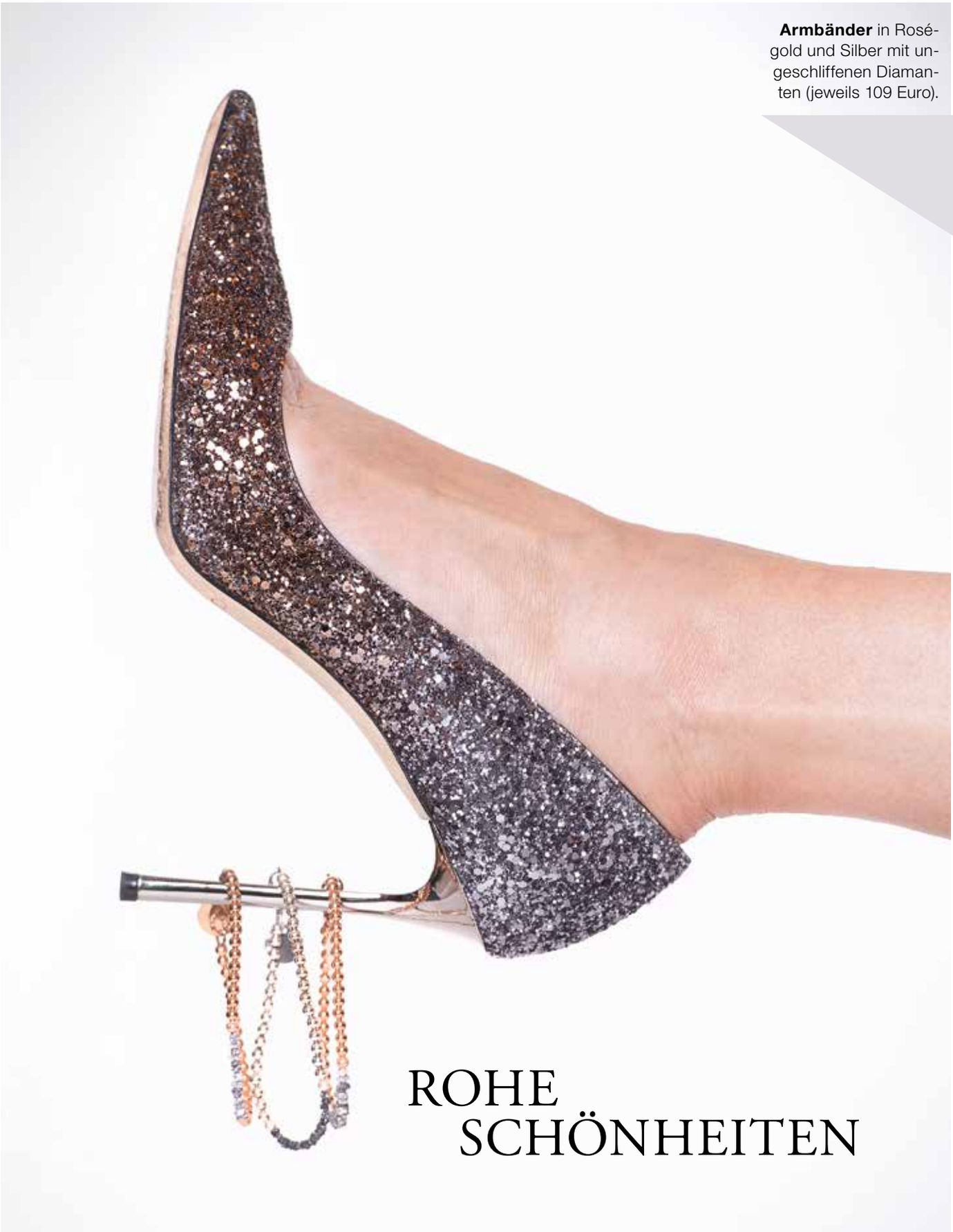
Ausstattung: ZEITGEMAESS. Selection, Hafenstraße 6-8, 66111 Saarbrücken, www.zeitgemaess-selection.de
Fotos: Jennifer Weyland **Hair & Make-Up:** Miriam Regitz **Models:** Ivonne Becker und Birgit Dragonat **Schmuck:** Cor.tt, www.cor-tt.com

SPICY PLISSEE

Kurkumafarbene **Bluse** mit Kettenmotiv und 3/4-Ärmeln (75 Euro). Schwarzer taillenhoher **Plisseerock**, halbtransparent mit Unterrock und Gummibund (60 Euro). **Tasche** mit Ketten (140 Euro).

BLICK-PUNKTE

Kleid mit Pailletten-stickerei, abgesetztem Rock und hohem Bein-ausschnitt (190 Euro).



Armbänder in Rosé-gold und Silber mit ungeschliffenen Diamanten (jeweils 109 Euro).

ROHE SCHÖNHEITEN

Beltbag aus Leder in Currygelb (65 Euro). **Ringe** (15 bis 29 Euro). **Armbänder** (29 bis 109 Euro).

LICHTBLICK

COOL KID

Graues **Jersey-Shirtkleid** mit Rundhalsausschnitt und seitlichen Eingrifftaschen (40 Euro). Schwarze **Leder-Beltbag** im XL-Format (140 Euro). **Armband** von „Cor.tt“ (29 Euro). **Fußkette** (59 Euro).

ZART UND HART

Schwarze lockere **Hose** mit Kordelzug (90 Euro). Rosenholzfarbene **Bluse** mit V-Ausschnitt (70 Euro). Gefilzter **Strickmantel** mit Kapuze und Taschen mit Fellbesatz (150 Euro). **Kolibri-Kette** (90 Euro). **Choker** (69 Euro).

BASIC UPGRADE

Schwarz-graue **Wollstrickjacke** mit Taschen (100 Euro). Graue **Wollstoffhose** (70 Euro). Schwarzes **Basic-T-Shirt** (40 Euro). **Tassel-Ohrringe** (35 Euro).

MIX IT!

Karierte **Hose** mit farblich abgesetzten Streifen (100 Euro). Grüne **Bluse** mit Blumenprint (50 Euro). Langer **Mantel** aus Wolle (200 Euro).

BLOW MY MIND

Schwarzes **Minikleid** mit langen Armen aus Chiffon (100 Euro). Flauschige **Oversize-Strickjacke** (100 Euro). **Tasche** (50 Euro). **Kette** in Silber (59 Euro).

STREET-LIFE

Schwarze **Leggins** mit rot-weißem Streifen (50 Euro). **Sweatshirt** mit „Street"-Print (80 Euro). **Strickjacke** mit Kapuze (150 Euro). **Armbänder** (39 bis 59 Euro). **Tasche** (100 Euro).

ES GRÜNT SO SCHÖN

Kurzes tannengrünes **Kleid** mit Paillettenstickereien (190 Euro). **Clutch** in Kroko-Optik (80 Euro).

CASUAL CHIC

Midi-Brokat-Rock mit lilafarbenem Unterrock und Eingrifftaschen (169 Euro). **Strickpullover** mit Kapuze (70 Euro).

AUS(GEH)ZEIT

Schwarze **Stoffhose** mit Kordelzug und 7/8-Länge (90 Euro). Rote **Bluse** mit Raffungen und Spitzen-Elementen (75 Euro). Grobe **Strickweste** (150 Euro). **Dackel-Tasche** (40 Euro). **Kette** mit Mondstein (69 Euro).

Choker mit silbernen Perlen (69 Euro). **Armreif** in Silber (35 Euro).

COOL & CLEAN

AUF STREIFZUG

Schwarze **Stoffhose** mit Streifen (100 Euro). Schwarze **Bluse** mit V-Ausschnitt (70 Euro). Lange **Halskette** gewickelt (45 Euro).

„Zu 95 Prozent fashion-orientiert“

„Ivo.bec“ alias **Ivonne Becker** ist 42, glücklich verheiratet, Mutter zweier Kinder, sportbegeistert und verrückt nach Mode. Obendrein schafft es die gekürte „Shopping Queen“, mehr als 26.000 Follower täglich mit ihren lässigen Outfits zu begeistern, ohne sich dabei selbst zu ernst zu nehmen.

FOTO: JENNIFER WEYLAND

Wie sahen Deine Anfänge bei Instagram aus und wie bekam Dein Content eine solche Reichweite?

Bei mir hat das wirklich damit angefangen, dass ich bei anderen geschaut habe und Gesehenes quasi nachgemacht habe. Ein einfaches Beispiel: Ich hatte zu Hause im Schrank einen Tüllrock und wusste einfach nicht, wie ich ihn tragen soll. Dann habe ich nach dem entsprechenden Hashtag gesucht und mich inspirieren lassen und dachte dann nach etwa einem halben Jahr, in dem ich bis dahin im Prinzip inaktiv, oder besser, nur Zuschauer war, „wenn die das können, kann ich das ja vielleicht auch, und vielleicht interessiert es auch noch irgendwen, was das kleine Mädel aus Saarbrücken so trägt". So hat das angefangen und wurde zum Selbstläufer.

Wie ging es dann weiter?

Wenn man viel positives Feedback bekommt, pusht das. Umso mehr Spaß hatte ich auch daran und habe gemerkt, wie einfach und schnell das alles geht durch das Liken und Kommentieren. Auch ich habe bei anderen, die meine Inspirationsquellen waren, positives Feedback hinterlassen. Dann kommt auch was zurück. Das waren überwiegend aber auch „normale" Mädels.

War Dein Instagram-Einstieg vor oder nach Deiner Teilnahme bei „Shopping Queen"?

Ich habe mich etwa ein Jahr nach meiner Teilnahme bei „Shopping Queen" bei Instagram angemeldet. Mein Motto lautete „Queen of the day – finde den perfekten Muttertagslook". Meine Mitstreiterin Vanessa war zu dem Zeitpunkt schon aktive Bloggerin – sie hat auch ein bisschen davon erzählt, aber das waren für mich noch böhmische Dörfer.

Was hat Dich dazu gebracht, bei „Shopping Queen" teilzunehmen?

Ich habe mich aus einer Laune heraus beworben. Meine Freundin und ich waren in Elternzeit, und da wir beide Zeit hatten, haben wir die Sendung mittags gerne geschaut. Und dachten so: Was die können, können wir auch. Dann haben wir überlegt, wer shoppen geht und wer die Begleitung sein wird.

„Leichte Kleidchen auch im Herbst"

Nach welchen Kriterien hast Du Deine Läden ausgesucht?

Man gibt dem Sender eine Liste mit bevorzugten Geschäften, Modeketten sind dabei ausgeschlossen. Aus dieser Liste wählt der Sender dann drei Läden aus, in denen geshoppt werden kann. Mein Gewinner-Outfit habe ich hier bei „Zeitgemaess" gefunden. Ein Glück, dass es noch solche individuell geführten Geschäfte gibt.

Wie ist das in Berlin? Stylen sich die Teilnehmerinnen für das Finale selbst?

Ja, das muss man selbst machen. Die Mädels helfen sich auch gegenseitig aus. Das ist wirklich alles sehr aufregend und macht jede Menge Spaß, trotz all der Anstrengung.

Noch mal zurück zum Influencer- beziehungsweise Blogger-Dasein. Wie ging es dann weiter?

Neben Instagram betreibe ich noch meinen Blog, auf dem ich unregelmäßig, aber doch so häufig es geht, über bestimmte Dinge schreibe. Das macht mir auch sehr viel Spaß.

Was ist die Intention hinter Deinen Bemühungen?

Mir geht es wirklich darum, mal zu zeigen, dass man das trägt, was man tragen möchte. Ich trage keine mega verrückten Outfits, aber doch schon mal Dinge, die über den Jeans-Shirt-Look hinausgehen und die ein bisschen mehr Aufmerksamkeit erregen. Outfits, die schon zeigen, dass man auch etwas mutiger sein kann und sich modisch ein bisschen austoben kann, unabhängig von Alter oder Figur. Das kann dann auch mal ein Tüllrock im Alltag sein. Es gibt auch Instagram-Trends, die jemand auf besagter Plattform trägt und einem gefallen, die aber im Alltag noch richtig auffallen und die so auch keiner trägt. Meine Looks sind tragbar.

Was inspiriert Dich? Zeitschriften? Instagram-Trends?

Eigentlich beides. Man entdeckt auch mal etwas und denkt: Wow, sieht das toll aus. Aber man weiß schon: Das ist nichts für mich. Deswegen muss man selektieren. Im Laufe der Jahre hat man ja auch seinen Stil gefunden, weiß, was einem steht und was nicht. Ugly Sneaker sind so ein Trend. Den finde ich an anderen super, weiß aber, für mich wäre das nicht mehr als ein Schuh-Post. Und das ist es mir dann nicht wert. Solche Schuhe bleiben im Laden. Dann wiederum gibt es Trends, die ich länger schon wahrnehme und die ich irgendwann auf meine Art umsetzte. Aber ich bin einfach ein Fashion-Lover und Fitness-Freak. Den Sportfaktor geben meine Storys wieder, der restliche Content ist zu 95 Prozent fashion-orientiert. Ich finde es aber auch toll, wenn sich meine Follower von meiner Sportbegeisterung anstecken lassen.

Welche Fashionteile sind für Dich im Herbst unverzichtbar?

Ich glaube, der Kleidertrend bleibt, sprich, leichte Kleidchen mit Strumpfhosen und Boots, gerne auch mal über Jeans getragen. Und die Beltbags, egal wie getragen, halten sich, beziehungsweise kommen noch stärker.

Was muss unbedingt noch in Deinen Kleiderschrank, bevor es kälter wird?

Eine gerade geschnittene Strickjacke. Konfektioniert aber kuschelig.

Interview: Katharina Ellrich

Weitere Infos: www.laifstail.wordpress.com, Instagram: instagram.com/ivo.bec

Birgit, wie kamst Du zu Deinem Blog, und wie wurde Dein Instagram-Account so bekannt?

Ich lese supergerne Zeitschriften. Ich liebe die „Elle“ und mag auch die „Instyle“ sowie die „Grazia“. Gerade bei den Zeitschriften für ein jüngeres Publikum bekommt man ja schon mit, dass Blogger und Influencer viel machen und erfolgreich sind. Und dann habe ich für mich gedacht „Es gibt so wenige, die das im meinem Alter betreiben, aber wir sind ja auch flott, schick und modeinteressiert und im Kopf jung geblieben“. Also wollte ich das einfach mal ausprobieren und habe mich enorm reingehängt.

Wie kann man sich das vorstellen?

Ich habe bestimmt fünf, sechs Stunden am Tag investiert, also richtig rangeklotzt. Ich kannte den Algorithmus und habe versucht, entsprechend aktiv zu sein. Ich bin mit Sinn und Verstand an die Sache rangegangen. Man muss sehr aktiv sein. Konkret heißt das: Bilder liken und kommentieren, gegenliken und sich für Kommentare bedanken. Entsprechend bekommt man Kommentare zurück, und das schafft Aufmerksamkeit. Das forciert die Präsenz des Algorithmus. Im Prinzip ist der Erfolg also Mathematik. Ich nenne das „fischen“.

Was hast Du sonst getan, um auf Dich aufmerksam zu machen?

Mit den Fotos gebe ich mir viel Mühe. Ich gehe raus und suche in der Stadt nach geeigneten Locations, wie ein Schloss, schöne Mauern und Ähnliches. Die Fotos mache ich aber ganz alleine, mit meinem Stativ und Selbstauslöser. Das mach ich dann so 20, 30 Mal, sitze dann vor bis zu 300 Fotos und wähle dann das eine aus, das mir gefällt. Also, wie man sieht, es steckt viel Arbeit darin, und ich hoffe natürlich immer, dass meinen Followern das Ergebnis gefällt. Ich war mal für meine „Sprungfotos“ bekannt – weil ich quasi vor Freude gehüpft bin. Diese positive Einstellung wird dann mit Likes honoriert.

Wie viele Bilder postest Du am Tag? Bis zu drei, wie die meisten erfolgreichen Influencer?

Nein, das mache ich nicht. Meistens poste ich ein Bild pro Tag und das läuft auch ganz gut. Bei den Stories bin ich auch recht aktiv, wenn auch nicht immer täglich. Die haben auch viel Aufmerksamkeit bekommen. Momentan habe ich aber eine kleine oder bessere ruhigere Phase eingelegt, weil ich vor meinen noch relativ jungen Kindern (elf und zwölf Jahre) nicht ständig am Handy hängen möchte. Ich habe ein neues Konzept im Kopf und möchte mich ein wenig anders ausrichten. Ich hatte ohnehin nicht den Vorsatz, Influencer zu werden, sondern wollte Spaß an der Sache haben und den Frauen Ende 40, Anfang 50 zeigen, dass wir eben auch noch super sind.

Wie würdest Du Deine vorherige Ausrichtung beschreiben und wo soll es nun hingehen?

Vorher ging es mir darum, zu zeigen, dass ich modisch flott unterwegs bin, jung, aber meinem Alter entsprechend, mit tollen Accessoires, ohne dabei endlos viel Geld für teure Klamotten ausgeben zu müssen. Ein lässiger Style mit guten Basics. Da schon viele aus der Region auf mich zugekommen sind, möchte ich vielleicht noch mehr in Richtung Lifestyle gehen – regionale Produkte oder mal ein gutes Restaurant vorstellen. Eben Dinge, die meine Altersklasse ansprechen, vorstellen.

„Spannende Kooperationspartner kamen auf mich zu“

Sind die Outfits, die Du postest aus Deinem Privatbestand?

Ja, das sind sie. Es kommen auch Läden auf mich zu, die mich fragen, ob ich ihre Sachen tragen und posten möchte. Das mache ich auch, wenn es denn zu mir passt. Bei sehr hochpreisigen Ausstattern bin ich da etwas schüchtern. Da ich dort sonst eigentlich nicht einkaufe, habe ich mich beim Leihen unwohl gefühlt. Ich kaufe mir nun mal privat keinen Rock für 600 Euro. Also kombiniere ich meine Sachen immer wieder neu.

Also kommen auch Kooperationspartner auf Dich zu?

Ja, das ging sehr schnell, und natürlich ist das am Anfang total spannend und aufregend, und man fühlt sich geehrt. Aber irgendwann muss man für sich entscheiden, ob man authentisch ist, also nur das repräsentiert, was man wirklich gut findet und wohinter man auch steht oder eben alles mitmacht. Ich habe mich für ersteres entschieden.

Wie beeinflusst Dich Instagram selbst?

Manchmal schon sehr. Da postet diese und jene ein bestimmtes Kleidungsstück, und man glaubt, genau diesen Pulli oder diese Hose auch haben zu müssen. Ich habe mich schon dabei erwischt, wie ich im Laden stehe, mit dem vermeintlich begehrten Stück in der Hand, und denke mir „Mensch, das bin ich doch eigentlich gar nicht“.
Ich glaube, das kennen viele, das man bei all den Einflüssen ein Stück weit trenderlegen ist. Das hat bei mir bewirkt, mich wieder mehr auf mich und meinen Stil konzentrieren zu wollen. Der ist nun mal minimalistischer.

Kaufst Du selbst kostspielige Mode?

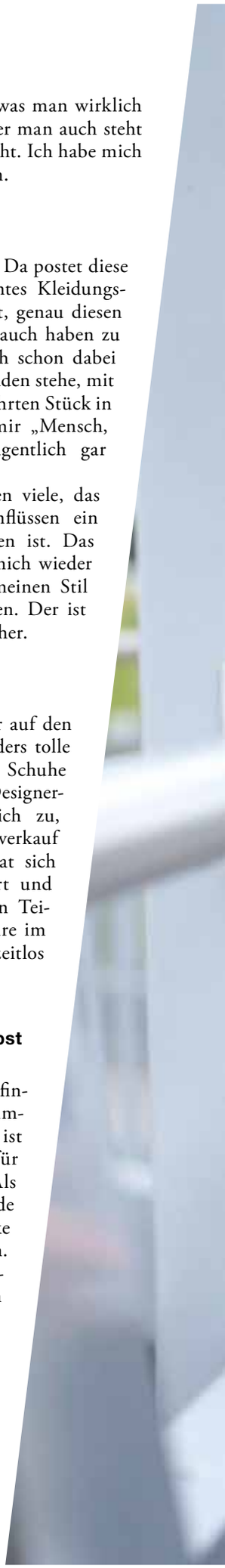
Ich warte da ganz klar auf den Sale. Wenn ich besonders tolle beziehungsweise teure Schuhe im Auge habe oder Designer-Accessoires, schlage ich zu, wenn die Ware im Ausverkauf ist. Diese Methode hat sich bisher bestens bewährt und man kommt zu coolen Teilen, die man noch Jahre im Schrank hat und die zeitlos schön sind.

Welche Fashionteile sind für Dich im Herbst unverzichtbar?

Oversize-Strickjacken finde ich immer toll. Lammfell im Aviator-Style ist auch ein Favorit und für mich Dauerbrenner. Als Oversize-Look würde ich eine solche Jacke aber sicher nicht tragen. Ja, Boots sind weiterhin ein Must-have im Herbst und Winter.

Interview: Katharina Ellrich

Weitere Infos: www.heidistyle.de; Instagram: instagram.com/heidistyle.de



„Fischen ist harte Arbeit“

„HeidiStyle“ heißt eigentlich **Birgit Dragonat**, ist 49 und steht mitten im Leben. Auf Instagram möchte sie Frauen jenseits der 40 beweisen, dass man in jedem Alter Spaß an Mode haben kann. Ihren Lifestyle teilt sie erfolgreich mit mehr als 12.000 Followern.

FOTO: JENNIFER WEYLAND

Mode, die mehr kann

Wer seinen Schrank mit individueller Kleidung bestücken will, muss fernab der bekannten Einkaufsketten shoppen. Das kommt auch den **kleinen Geschäften zugute**, die nach und nach weniger werden. Das wäre schade, denn in Boutiquen findet man Teile, die nicht nur bekleiden, sondern auch im Alltag begleiten.

Wie sagte schon Friedrich Schiller? Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit. Egal ob Kleinstadt, mittelgroße Großstadt oder pulsierende Metropole – unabhängige Boutiquen im mittelständischen Einzelhandel haben es heutzutage nicht leicht. Die Fußgängerzonen verlieren ihren individuellen Charme und verkommen zu einem Einheitsbrei aus Ketten und Franchisenehmern. Klar kann man bei Zara, H&M und Co. tolle Klamotten zu günstigen Preisen bekommen, ganz gleich, ob man in München, Berlin, London, Paris oder gar New York shoppen geht. Wirklich jeder Standort bietet die gleiche Ware, und so kommt es nicht selten vor, dass man, egal wo man auf der Welt zu Hause ist, auf andere Frauen trifft, die genau die gleiche Bluse, den gleichen Sweater, den identisch aussehenden Rock tragen.

Vier Mal im Jahr schöne Kleidung zu präsentieren allein reicht nicht. Wer heutzutage Kleidung im eigenen Laden verkaufen will, muss sich mehr einfallen lassen. Wie das gelingen kann, weiß beispielsweise Pia Bauer, Inhaberin des Bekleidungsgeschäftes Zeitgemaess Selection in der Saarbrücker Hafenstraße. Neben Klamotten für den Alltag umfasst

Pia Bauer, Inhaberin von Zeitgemaess Selection in Saarbrücken, spürt den Rückgang der Kauflust der Kunden.

ihre Auswahl auch Stücke für besondere Anlässe. Und was man aktuell shoppen kann, ist schon länger nicht mehr strikt an Jahreszeiten gebunden. Das ganze Jahr über entstehen neue Modetrends, denen man nicht mehr gerecht wird, wenn man saisonal ordert, weiß Bauer: „Die Kunden wollen im August noch keine Herbst- oder Wintermode kaufen, wenn draußen 30 Grad herrschen. Früher wurde genau dann Ware für den Jahreszeitenwechsel bestellt. Heute ist das nicht mehr so. Die Kunden tragen heute auch ein Sommerkleid zu Boots und dicker Strickjacke im Herbst. Da ist es von Vorteil, wenn ich beide Teile in einem Laden bekommen kann. In den letzten Jahren hat sich im Handel und in den Städten allgemein sehr viel getan. Für viele Leute hat die Stadt an sich leider gar keine Bedeutung mehr. Deswegen wird es auch für uns immer schwieriger. Es ist eine Tatsache, dass der mittelständische Einzelhandel über kurz oder lang wegbrechen wird. Unser Konzept geht da ganz gut auf – wir haben uns jede Menge Co-Worker mit ins Boot geholt. Mit dabei ist ‚Cor.tt' alias Melanie de Masi, die ihren wunderschönen handgemachten Schmuck bei uns anbietet oder aber auch, fernab der Mode, Anbieter regionaler Produkte, angefangen von Marmeladen, Ölen, Backutensilien bis hin zu Weinen. Wir veranstalten außerdem einmal im Monat Events an den Wochenenden mit breitgefächertem Angebot. Da können sich Kunden beispielsweise stylen lassen, dazu gibt es Musik auf die Ohren, Kaffeespezialitäten, Crémant, die passende Schmuckauswahl mit Beratung und, und, und."

Worauf dieses Konzept abzielt, ist klar: Bestehen zu können. „Es ist ja kein Geheimnis, dass der Onlinehandel ein großes Thema ist und natürlich auch zur Verdrängung der Einkaufslust beiträgt. Ich möchte da gar nicht drauf schimpfen. Die Gesellschaft verändert sich nun mal. Und das ist in Hamburg nicht anders als hier in Saarbrücken. Wer da bestehen will, muss erkennen, dass es eben nicht mehr nur um Bekleidung geht", weiß Bauer: „Wie schon erwähnt, dass Konzept ‚Die Herbst-Winter-Mode ist da und wir bestellen im Spätsommer aus den neuen Kollektionen, was dann die kommenden Monate bis zum Frühjahr im Laden hängt', funktioniert auch nicht mehr. Wir müssen anderes bieten. Immer neue Sachen. Wir haben uns neue skandinavische Labels an Land gezogen, die zeitlose Stücke produzieren, alles auch mit Sinn fürs Nachhaltige, was die Kunden mittlerweile auch vermehrt suchen. Und dann wird monatlich geordert, passend zu der jeweiligen Saison. Dazu gibt es dann die Anlassmode, denn schließlich finden auch Events in den kalten Monaten statt, zu denen frau gerne ein Kleid trägt. Da geht es dann nicht um den Bedarfspulli oder die wärmende Jacke."

Mehr als nur konsumieren: Mit der Freundin in einer Boutique einzukaufen, ist immer auch ein Erlebnis.

Das große Ganze zählt. Die Kunden sollen kommen, sich wohlfühlen, und der Kaufabschluss rückt dann automatisch in den Hintergrund. Dieser extreme Wandel findet sich in allen Bereichen. Dennoch – die Spanne derer, die noch gerne im Laden shoppen gehen, ist breit. Da ist von Teenagern bis Mittachtzigern alles dabei. Individualisten kommen gerne. „Ich glaube aber, dass da eine Teilung der Gesellschaft in allen Bereichen des Konsums stattfindet. Sei es im Food-Bereich oder eben in der Mode. Die einen wollen alles ganz genau wissen und nachfragen können, was sie da kaufen, wo es herkommt, et cetera. Und die anderen begnügen sich mit dem bequemen Einkauf von zu Hause aus", sagt Bauer. „Wir wissen auch, dass wir viele Kunden nie mehr erreichen können. Andere wiederum kaufen gerne, wo sie leben. Und das ausschließlich. Das muss natürlich jeder für sich wissen. Die Kunden, die im Laden eine Auszeit suchen, ebenso den Kontakt zu uns Verkäufern, einen Kaffee oder Sekt trinken möchten und dann kaufen, wird es auch immer geben. Oder jene, die lieber ein Teil kaufen, wo man die Qualität auf Anhieb sehen und spüren kann, statt viele Teile für wenig Geld. Authentizität ist vielen auch beim Shoppen wichtig."

„Im Laden kann sich der Kunde eine Auszeit gönnen"

Der hochpreisige Bereich der Edeldesigner wird sich vermutlich immer halten können. Denn bei vielen ist das Geld einfach da. Aber es soll eben auch ein Angebot zu bezahlbaren Preisen geben. Hört man jemanden aus dem mittelständischen Einzelhandel darüber berichten, bekommen auch bekennende Onlineshopper Lust drauf, mal wieder zu stöbern, sich beraten zu lassen und dann etwas Schönes mit nach Hause zu nehmen. Das Besondere zu finden, das einen schon vom Schaufenster aus begeistert, darum geht es eigentlich beim Shoppen. Instagram liefert die Trends. Aber die guten Einzelhändler lassen sich inspirieren und bringen die angesagte Mode in den eigenen Laden. Es lohnt sich also, beim Bummel durch die Stadt die Augen offenzuhalten und neue Läden zu entdecken.

Katharina Ellrich

FOTOS: JENNIFER WEYLAND — GETTY IMAGES / KLAUS VEDFELT

MODISCHE WINTER-KOKONS

Die kalten Tage lassen nicht mehr lange auf sich warten. Daher ist es höchste Zeit, an dieser Stelle die angesagten **Trends und Looks der Damenmode** für den Winter zu präsentieren. Alles dreht sich um wohlig Wärmendes.

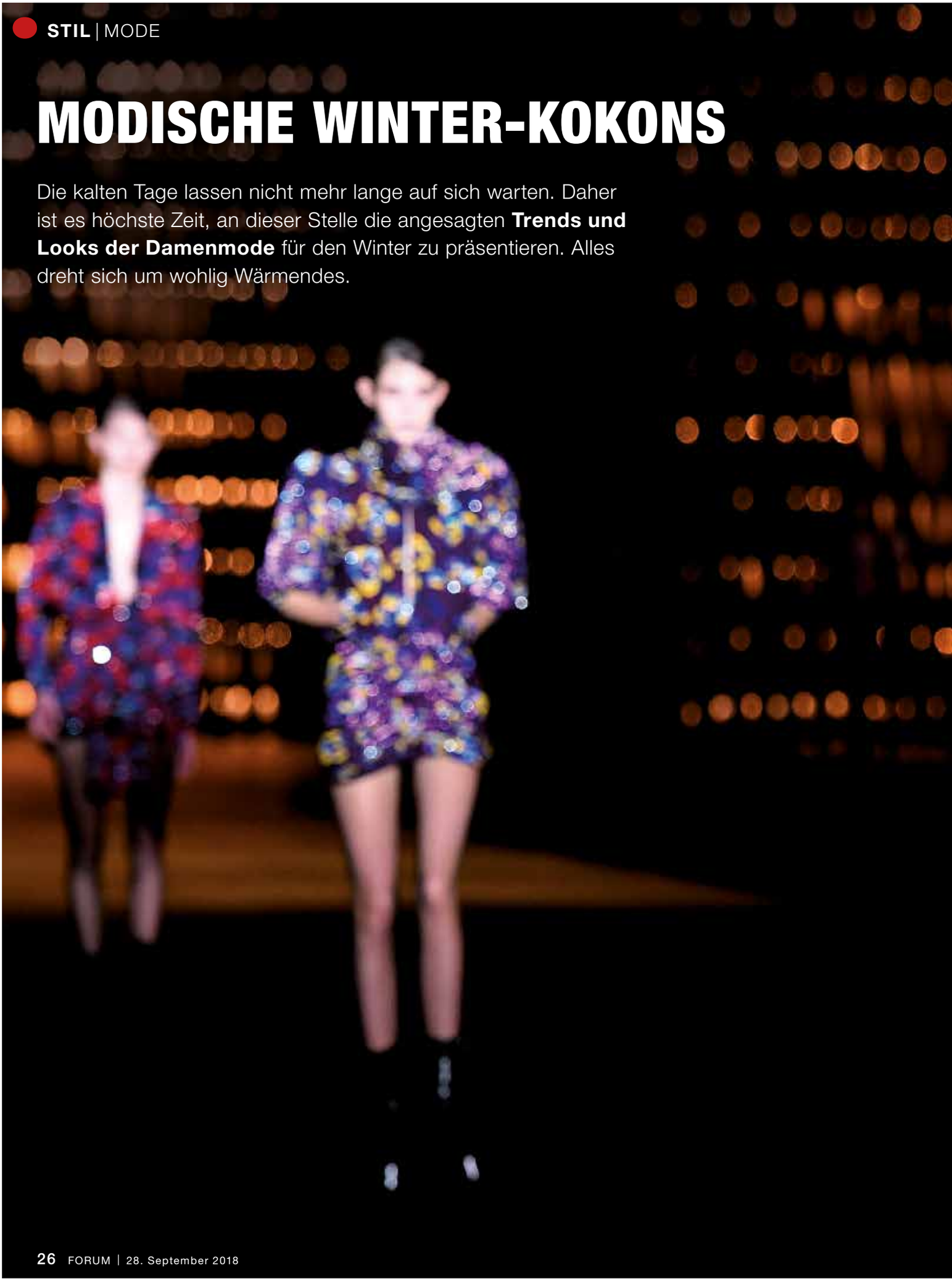


FOTO: PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT

FLORAL-PRINTS

Nach dem ungewöhnlich warmen Sommer scheinen die Designer offenbar die Befürchtung zu hegen, dass uns diesen Winter gewissermaßen als Ausgleich ultra-ungemütliche Tage bevorstehen könnten. Daher haben sie ihre Kollektionen vor allem unter dem Motto „Kälteschutz“ zusammengestellt. Dabei haben sie das normale Layering durch Doppel- oder gar Dreifach-Schichtung der Klamotten ergänzt. Allerdings halten sie daneben auch allerlei Hauchzartes, Filigranes, Durchsichtiges oder Offenherziges bereit, schließlich wird sich frau im Winter ja auch drinnen in gut beheizten Räumlichkeiten aufhalten.

DAUNENJACKEN / STEPP

Die Puffer Jackets sind natürlich auch diesen Winter eine erstklassige Wahl zum Schutz gegen die Kälte. Bei Balenciaga oder Maison Margiela sind sie im XXL-Format gehalten. Auch in Steppklamotten (bei Derek Lam oder Balmain) ist frau auf der sicheren Seite.

BLANKETS / KUSCHELDECKEN

Sie erinnern an Sofa-Kuscheldecken und wurden von vielen Labels wie Gucci, Roksanda oder Alexander McQueen zu Riesenschals, Kleidern, Röcken oder Mänteln umfunktioniert.

PYJAMA-DRESSING

Auch diesen Winter bleiben die aus der Lingerie-Abteilung entliehenen Seidenklamotten, Anzüge oder Mäntel, en vogue (Chloé, Bottega Veneta oder Peter Pilotto). Auch wenn es wohl weiterhin ein Nischentrend bleiben wird.

LINGERIE-CROP-TOPS

Bauchfreie Crop Tops, die wie BH’s aussehen, waren einer der Eyecatcher auf der New York Fashion Week, beispielsweise bei Alexander Wang, Dion Lee der Jeremy Scott.

GLAMOUR-TRAININGSANZÜGE

Trainingsanzüge und Jogginghosen gibt es nach wie vor in unzähligen Varianten. Ganz auffällig sind die reich verzierten Umsetzungen bei Dolce & Gabbana, Phillip Plein (mit Riesenlogo) oder Jeremy Scott.

LEGGINS

Auch wenn sich an dieser Beinbekleidung nach wie vor die Geister scheiden

DAUNEN

SILBER

GRAFIK-PRINTS

dürften, haben sich die meisten Designer diesen Winter klar zu Leggins bekannt, von Alexander Wang über Tom Ford bis hin zu Phillip Plein.

OVERSHIRTS

Glaubt man der „Elle“, so wird dieses Überhemd, vor allem in der Flanell- oder Kaschmir-Variante, diesen Herbst die eine oder andere Übergangsjacke ersetzen. Es ist weitaus lässiger als ein Blazer und macht notfalls auch einen Pulli überflüssig.

PAILLETTEN-HOSENANZÜGE

Power-Suits sind ja nicht unbedingt was gänzlich Neues (superb die Pantsuits von Carolina Herrera oder Alexander McQueen). Aber nun haben sie dank Pailletten bei Brands wie Balmain, Tom Ford oder Tadashi Shoji ein Disco-Lifting erhalten.

OVERALLS

Die neuen Jumpsuits von Fendi, Balmain oder Philosophy kommen ganz figurbetont daher.

MASKULINE MÄNTEL

Sie wirken, als hätten sie die Designer (Prada, Fendi, Saint Laurent oder Stella McCartney) direkt aus den Männerboutiquen der Londoner Savile Row entführt.

LACKLEDER-MÄNTEL

Hochglänzende Outfits sind ein Gebot der Stunde. Von daher ist es kaum verwunderlich, dass Lackleder-Mäntel derzeit absolut angesagt sind (Miu Miu, Fendi oder Marni).

PARKAS

Frau hat hier die Qual der Wahl zwischen schweren, übergroßen Exemplaren (vor allem von Balenciaga, Vetements oder Maison Margiela) und Parkas, die gleichsam schwerelos daherkommen.

STUFENKLEIDER

Eine wunderbare Möglichkeit, dem Kleid oder Rock fließendes Volumen zu verleihen. Wie schön das aussehen kann, haben die Modelle von Tom Ford oder Philosophy auf dem Catwalk gezeigt.

TUXEDO-KLEIDER

Statt dem traditionellen Smoking haben einige Designer eine feminine Variante des Tuxedos in ihre aktuelle Kollektion

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / ZUMAPRESS.COM — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT (2)
PICTURE ALLIANCE / FIRST VIEW/COVER IMAGES — PICTURE ALLIANCE / AP PHOTO

FRANSEN

MASKULINE MÄNTEL

aufgenommen – eine perfekte Abendgarderobe, mit der frau garantiert für Furore sorgen wird. Toll sind die Umsetzungen von Alexander Wang, Dion Lee oder Eckhaus Latta.

HYBRIDEN

Mutige können sich an Kleidungsstücke wagen, die aus unterschiedlichen, zuweilen sogar gegensätzlichen Einzelteilen zusammengesetzt sind (im Sortiment von Off-White, Sacai oder Marni). Auf den ersten Blick wirkt das etwas befremdlich, ist aber auf jeden Fall ein Eyecatcher.

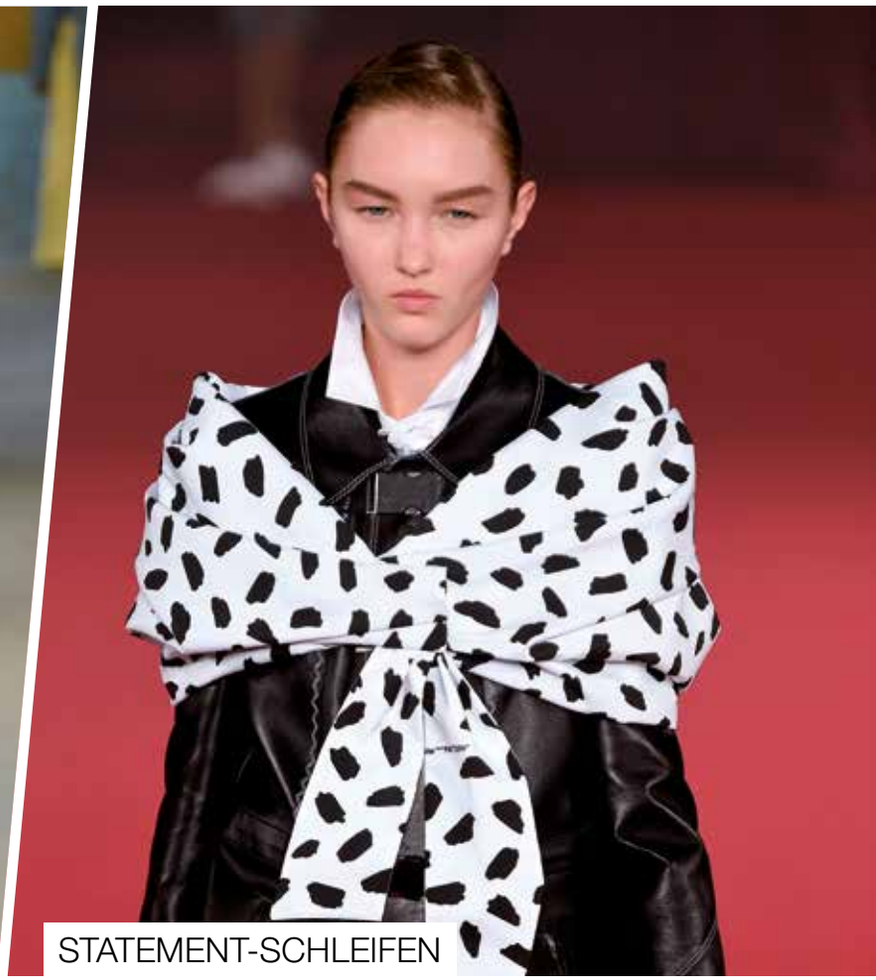
FAN-FASHION

Was früher allenfalls auf dem Weg ins Sportstadion getragen wurde, ist nun streetstyletauglich. Dabei sind Trikots, Logo-Schals, Baseball-Jacken oder auch -Kappen die Hauptdarsteller. Wer sich damit ausstatten möchte, bitteschön: Versace, Dolce & Gabbana, Gucci, Michael Kors, et cetera haben entsprechende Teile im Sortiment.

SCHLÜSSELLOCH-EINBLICKE

Diesen Winter treten die schmalen Keyhole-Ausschnitte an die Stelle des Dekolletés, was wir schon bei Chloé, Prabal Gurung oder Giambattista Valli auf dem Catwalk bewundern konnten.

SEIDE



STATEMENT-SCHLEIFEN

BREITE SCHULTERN

Als Teil des nach wie vor angesagten Oversize-Trends bleiben uns auch diesen Winter die XXL-Schultern erhalten. Paradebeispiele liefern Balmain, Marc Jacobs oder Saint Laurent.

STATEMENT-TASCHEN

Riesige aufgenähte Taschen sind ein ungewöhnliches Zierelement auf Kleidern, Röcken oder Jackets (Loewe, Chanel oder Alexander Wang).

STATEMENT-SCHLEIFEN

Gigantische Schleifen als Zierrat auf Kleidern, Röcken oder Sweatshirts sind fraglos gewöhnungsbedürftig (Ulla Johnson, Vivetta oder Chrisian Cowan). Wer möchte schon gerne als Geburtstagspräsent durch die Lande ziehen?

CAPE-ÄRMEL

Wer keine Lust darauf hat, jede Menge flattrigen Stoff in Gestalt eines angesagten Capes (tolle Modelle von Prabal Gurung oder Giambattista Valli) um sich fliegen zu haben, kann sich für die Mini-Ausgabe des Umhanges entscheiden. Denn Marken wie Derek Lam, Jacquemus oder Loewe haben ihre Kleider mit Cape-Ärmeln ausstaffiert.

SILBER / ALU

Silberfarbene Looks, teils sogar allover wie bei Balmain, waren auf den Laufstegen unübersehbar. Eine Variante sind Outfits, die Assoziationen an künstlerisch zerknitterte Alufolien wecken (Area, Calvin Klein oder Sies Marjan).

VELVET UND TWEED

Samt und Winter bleiben auch diese Saison wieder ein Traumduo, Balenciaga, Saint Laurent oder Prabal Gurung lie-

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / FIRST VIEW / COVER IMAGES (2) — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT (2) — PICTURE ALLIANCE / ABACA

KAROS

ANIMAL-PRINTS

TRANSPARENZ

fern eindrucksvolle Beispiele. Und beim Tweed feiern die 80er-Jahre fröhliche Wiederauferstehung (Chanel, Miu Miu oder Louis Vuitton).

SEIDE

Das kostbare Material taucht vor allem bei feinsten Kleidern (Louis Vuitton oder Roksanda) und, überaus originell was die Muster betrifft, Foulard-ähnlichen Klamotten auf (Tory Burch oder J. W. Anderson).

BREITCORD

Nicht gerade der Figur schmeichelnd, aber das scheint Brands wie Erdem oder Roland Mouret nicht weiter zu stören.

FEDERKLEID

Rüschen, Fransen oder Volants haben mit Federverzierungen (Alberta Ferretti, Prabal Gurung oder Elie Saab) seit einiger Zeit gehörige Konkurrenz bekommen.

TRANSPARENZ

Durchblicke dank hauchzarter Materialien ermöglichen Designer wie Valentino, Alexander Wang oder Giambattista Valli.

FLORAL-PRINTS

Eigentlich sind sie eher dem Sommer vorbehalten. Doch diesmal haben sich viele Designer auch in der Winterkollektion für Blumiges entschieden, allerdings mit einem etwas dramatisch-dunkleren Twist. Vor allem auf schwarzem Untergrund, wie bei Saint Laurent, wirken die Blumen wunderbar dekadent. Auch Preen, Erdem oder Anthony Vacarello setzen auf dieses Printmuster.

ANIMAL-PRINTS

Das Zebra galoppiert den Leoparden munter davon. Es ist das neue Animal-Muster der Saison bei Marken wie Dolce & Gabbana oder Halpern. Doch es gibt natürlich weiterhin die treuen Leo-Adepten wie Calvin Klein, Givenchy oder Victoria Beckham.

GRAFIK-PRINTS

Von Roy Lichtenstein (bei Moschino) bis Bauhaus (bei Mary Katrantzou) reicht die aktuelle Palette der Grafik-Prints.

FISCHGRÄT-MUSTER

Heringbone Patterns, der Klassiker aus der Savile Row, ist zurück in der Damenmode. Vor allem dank Miu Miu, Moschino oder Altuzzara.

KARO

Die Karo-Mania hält unverändert an, beliebt vor allem bei Burberry, Versace oder Michael Kors.

FARBEN

Die Farbspezialisten von Pantone haben „Ultra-Violett“ zur Farbe des Jahres 2018 gekürt. Nicht immer haben sie allerdings mit ihrer diesbezüglichen Prognose ins Schwarze getroffen. Von daher sollte sich frau beim Kleiderkauf auf jeden Fall auch an warmen Farben wie Bordeaux, Petrol oder einem originellen Senfton orientieren. Und mit Orange, Beige, Braun oder Grau kann sie im Winter ohnehin nichts falsch machen.

Peter Lempert

LOGOMANIA

MÄNNER, TRAUT EUCH WAS!

Auch diesen Winter können die Herrenmode-Designer wieder mit einer Reihe **interessanter Innovationen** aufwarten. Wir haben die wichtigsten Trends zusammengestellt.

Von ***Peter Lempert***

Es ist noch gar nicht so lange her, da hatte die Mehrzahl der Designer die Herrenmode noch ziemlich stiefmütterlich behandelt. Neue Modetrends waren überwiegend den Damen vorbehalten, in den maskulinen Kleiderschränken änderte sich wenig. Doch seit rund einem Jahrzehnt hat sich das grundlegend geändert. Im Zuge der Gender-Diskussion wurden sogar Klamotten wie hautenge Hosen und Röcke, Farben wie Pink und Knallrot oder Frisuren wie der Männerdutt nach und nach salonfähig. Klassiker wie Anzüge sind auf den Catwalks eher zur Ausnahme geworden und werden dort heutzutage gern lässig mit Turnschuhen oder mit Freizeit-Teilen kombiniert. Sportswear oder Activewear sind auf Straßen und im Büro gleichermaßen anzutreffen, weil sie ebenso praktisch wie bequem sind. Die Zeichen der Zeit stehen auf XL-Weiten und deutlich mehr Volumen. Letztendlich ist alles erlaubt, was gefällt. Glaubt man den Voraussagen des globalen Marktforschungsinstituts Euromonitor, so wird der Markt für Herrenmode den für Damenmode bezüglich der reinen Verkaufszahlen bis zum Jahr 2020 sogar überholen. Der kommende Herbst und Winter hält für die Herren jedenfalls viel Spannendes parat.

FEUERWEHRJACKEN / MODERN WORKWEAR

Wer sich zum Löschen eines Brandes nicht erst umziehen möchte, sollte sich für eine der Feuerwehr-Kleidung nachempfundenen Jacken samt reflektierenden Streifen entscheiden, wie sie auf den Laufstegen bei Labels wie Burberry, Calvin Klein oder Junya Watanabe zu bestaunen waren. Aber nicht nur von den Feuerwerkern haben sich die Designer inspirieren lassen, sondern auch Varianten von typischen Handwerkerklamotten oder Uniformen von städtischen Servicekolonnen tauchten überraschenderweise auf den Laufstegen auf.

XXL-SCHULTERN

Die 80er-Jahre feiern in der Herrenmode ein munteres Comeback. Zumindest was die extrem breite Schulterpartie bei Jacken oder Mänteln angeht. Calvin Klein, Maison Margiela oder Y/Projekt liefern dafür das beste Beispiel.

FEUERWEHRJACKEN / MODERN WORKWEAR

SCHUTZANZÜGE

Ein ziemlich skurriler Mikro-Trend. Haben doch einige Labels wie Walter van Beirendonck, Heron Preston oder Undercover Anzüge, Jacken oder Mäntel in ihrem aktuellen Sortiment, die wie Schutzkleidung bei Chemieunfällen oder zur Erstbetretung des Mars wirken.

BONDAGE-SM

Latex und Leder spielen bei den ausgefallenen Klamotten samt Tiermasken von Moschino, Julien David oder Walter Van Beirendonck eine wesentliche Rolle. Klares Vorbild ist dabei die Fetisch-Szene. Idealer Look nicht nur für den Folterkeller.

WESTERN-LOOK

In der Damenmode sind die Cowboystiefel das absolute Schuh-Must-have dieses Winters. Für die Herren hat Calvin Klein die wohl attraktivsten Western-Treter in seiner aktuellen Kollektion, die ohnehin von der früheren US-Kultur inspiriert daherkommt. Als modernen Rancher kann man sich aber auch mit Klamotten von Dsquared2 oder Dries Van Noten einkleiden.

WANDERER-OUTFITS

Da der moderne Mann angeblich gelegentlich auch anspruchsvolle Touren über Berg und Tal unternimmt, haben ihm die Designer die entsprechenden Klamotten samt Bergstiefeln (Giorgio Armani oder Christopher Raeburn) zur Verfügung gestellt. Bei Louis gibt's auch noch einen Rucksack aus Nappaleder, und der kommt im Python-Look daher. Wer sich tatsächlich auf den

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / XINHUA NEWS AGENCY — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT

DAUNEN & STEPP

Weg machen möchte, dürfte aber mit den Wanderstiefeln von Bally oder Moncler besser gerüstet sein.

NADELSTREIFEN-ANZÜGE

In Zeiten der Sportswear-Dominanz haben es Anzüge nicht gerade leicht. Um so bemerkenswerter, dass Marken wie Versace, Alexander McQueen oder Maison Margiela sich nicht davon abhalten lassen, neue Pinstripe-Suits auf den Markt zu bringen.

OVER-LAYERING

Mehr geht immer, scheint sich jedenfalls Demna Gvasalia bei Balenciaga und Vetements gedacht zu haben. Also ließ er seine Male-Models mit Zwiebellook-ähnlichem Klamotten-Overkill auf dem Catwalk flanieren. Kalt dürfte ihnen dabei jedenfalls nicht gewesen sein.

DISCO-GLAM

Glitzerklamotten dürften kaum jedermanns Fall sein. Aber das schert Gucci-Chef Alessandro Michele offenbar ebenso wenig wie die Kreativ-Verantwortlichen bei Balmain oder Dolce & Gabbana.

MAXI-MÄNTEL

Wie in der Damenmode, so legen auch die Mäntel für Herren in der Länge deutlich zu. Sie werden eher locker und offen getragen. Kurzmäntel sind auf dem Rückzug.

LEDER-MÄNTEL

Ein wenig Geld muss man schon anlegen, wenn man sich einen der aufwendig gearbeiteten Ledermäntel von Prada, Hermès oder Berluti leisten möchte.

DAUNEN UND STEPP

Aufgeplustert mit Daunen und vergleichbaren federleichten Materialien kann die Kälte diesen Winter keinem Mann etwas anhaben. Schöne Beispiele für entsprechende Jacken und Mäntel gibt es bei Prada oder Sacai.

LAMMFELL-MÄNTEL

Wie jeden Winter wird den Herren der Schöpfung auch heuer wieder die dringende Anschaffung eines Mantels oder einer Jacke aus Lammfell als Schutz gegen die Kälte empfohlen. Schöne Exemplare gibt es von Berluti, Burberry oder Louis Vuitton.

WINDJACKEN / WINDBREAKER

Ein Relikt aus den 90er-Jahren feiert sein Revival – wahlweise als Retro-Modell oder in einer modernen High-End-Variante.

PULLOVER

Diesem Basic-Teil widmen renommierte Labels wie Hermès, Missoni, Lanvin oder Acne Studios diesen Winter wieder verstärkt ihre Aufmerksamkeit. Zeit, endlich mal einen Tausch im Kleiderschrank vorzunehmen und die alten Pullis zu entsorgen.

TRAININGSHOSEN / SWEATPANTS

Im Zuge des Athleisure-Hypes sind die Trainingshosen weiterhin stark auf dem Vormarsch. Gleiches gilt natürlich für die entsprechenden Anzüge, die auf neudeutsch Tracksuits genannt werden.

PYJAMA-DRESSING

In der Damenmode meist gefeiert, nun auch bei den Männern angekommen. Auch wenn diese stark an edle Schlafanzüge oder Morgenmäntel erinnernden Teile mit üppigen Verzierungen, wie sie vor allem Dolce & Gabbana oder Versace entworfen haben, fraglos arg gewöhnungsbedürftig sind.

LOGOMANIA

Was lange Zeit verpönt war, nämlich das geradezu aufdringliche Ins-Auge-Springen von Logos oder Brands-Namen ist diesen Winter mega-angesagt. Entsprechende Klamotten von Louis Vuitton, Fendi oder Burberry sprechen Bände.

FOTOS: PICTURE ALLIANCE / MATRIXPICTURE — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT

ASIATIKA

Der Ferne Osten hat sich auf den westlichen Laufstegen ausgebreitet – mit japanischen Kirschblüten bei Haider Ackermann, chinesischen Folklore-Motiven bei Kenzo oder traditioneller Kleidung bei Gucci.

KAROS

Karos in allen möglichen Ableitungen (beispielsweise vom schottischen Tartan) und verschiedenen Größen sind eines der wichtigsten Muster der Saison in der Herrenmode. Einfach mal bei Sacai, Versace oder Alexander McQueen reinschauen.

CARTOONS

Da in vielen Männern noch kleine Jungs stecken, wird der Cartoon-Print diesen Winter sicherlich wieder viele Freunde finden. Superman erlebt eine Renaissance bei Comme des Garçons Homme Plus. Comic-Figuren gibt's aber auch bei J. W. Anderson oder Calvin Klein.

TIGER-PRINT

Leo legt diesen Winter in der Herrenmode mal eine kleine Verschnaufpause ein. Kein Problem, da mit dem Tiger-Print bei Valentino, Alexander McQueen oder Bottega Veneta gleichwertiger Ersatz gleich zur Hand ist.

FLORALES

Garantiert nur was für ganz wagemutige Exemplare der Spezies Mann. Denn die schrillen Blumen- und Pflanzenmuster von Dolce & Gabbana, Gucci oder Alexander McQueen haben es schon in sich. Nichts anderes gilt für die Tropicana-Prints von Prada, Wales Bonner oder SSS World Cop.

KORD / KORDSAMT

Wenn derzeit Gucci mit im Spiel ist, dürfte die Trendprognose ziemlich sicher sein. Bei Giorgio Armani haben die neuen Kordklamotten einen Retro-Professoren-Touch. Sehr alltagstauglich sind die Hosen von Brunello Cucinelli in dezenten Farbtönen.

MINI-HANDTÄSCHCHEN

Als Alternative zu den inzwischen auch in der Herrenmode als Accessoire wieder gebräuchlichen Gürteltaschen möchten Marken wie Balenciaga, Kenzo oder Fendi die Herren der Schöpfung zum Tragen von kleinen Handtaschen animieren. Die Erfolgsaussichten dafür dürften eher als bescheiden einzustufen sein.

BASEBALL-CAPS

Die Baseball-Kappen laufen sogar den Beanies diesen Winter den Rang ab. Klaro, wenn Gucci mit im Spiel ist. Aber auch Fendi oder Vetements sind rechtzeitig auf den Trendzug aufgesprungen.

HOODS & STURMHAUBEN

Nicht nur für Damen, sondern auch für Herren gibt es diesen Winter die originellen Kopfbedeckungen, Vetements und Calvin Klein sei Dank.

BUCKET HATS

Der gute alte Fischerhut, der vermeintlich um 1900 in Irland erfunden und vor einigen Jahren dank Rihanna wieder aus der modischen Mottenkiste befreit wurde, ist wieder zurück. Vor allem italienische Marken wie Prada, Marni oder Tod's setzen auf den Kübelhut, der auch als Pork Pie bekannt ist.

SOCKEN-BLITZER

Zu eher kurzen oder dreiviertellangen Hosen und Sneakern werden hohe Socken getragen. Eine witzige Angelegenheit, aber auch Geschmackssache.

FARBENBIBEL

Braun, Gelb und Rot: Auf den Straßen und Laufstegen werden die Klassiker Schwarz, Oliv oder Grau diesen Winter immer häufiger durch Braun-, Gelb- oder Rottöne ersetzt.

WESTERN-LOOK

Die Accessoire-Jagd ist eröffnet

Aus der Vielzahl angesagter Accessoires wie Schuhe, Handtaschen, Hüte, Schals, Handschuhe und Schmuck haben wir für Fashion-Hunter eine kleine **Auswahl zusammengestellt**.

*Von **Ursula Lübke***

Die einen sind nützlich, die anderen vornehmlich nett zu haben. Zwischen diesen beiden Polen sind die Accessoires der Damenmode auch im Winter wieder anzusiedeln. Zu ersteren zählen vor allem die wetterfesten Boots, die diversen Rucksack-Modelle und die Riesen-Handtaschen. Die zweite Kategorie wird angeführt von originellen Statement-Schuhen und ebenso glamourösen wie unpraktischen Handschuhen. Auf jeden Fall kann eine stilsichere Fashionista mithilfe der perfekten Accessoires ihr gesamtes Outfit auf ein höheres Level befördern.

STATEMENT-SHOES

Sie laufen diesen Winter den Statement-Bags klar den Rang ab. Highlights sind laut der „Vogue“ vor allem die Mules mit Leoparden-Print von Tom Ford, die Boots und Pumps im Leo- und Zebra-Look von Sacai, die Schlangenhaut-Boots mit eckiger Spitze von Dries Van Noten und die Boots mit Pony-Hair-Zebra-Oberseite von Phillip Lim. Auch Schuhe mit architektonisch oder künstlerisch gestaltetem Absatz (von Dolce & Gabbana, Balmain oder Prabal Gurung) setzen Statements.

MONSTER-SNEAKERS

Dass die Sneaker immer klobiger werden, was sich im Sommer schon angedeutet hatte, findet diesen Winter eine Fortsetzung. Gucci setzt noch einen drauf, indem die Treter zusätzlich mit Kristallsteinen verziert sind. Auf dicken Sohlen kann frau aber auch mit den wuchtigen Modellen von Versace, Balenciaga oder Givenchy wandeln.

COWBOYSTIEFEL

Das absolute Must-have der Saison in der Damenschuhmode. Tolle Boots gibt es beispielsweise von Paco Rabanne oder Saint Laurent.

GUMMISTIEFEL

Rubber Boots müssen heute nicht mehr hässlich sein. Das beweisen Prada oder Calvin Klein mit ihren coolen Neuinterpretationen.

ANKLEBOOTS MIT KITTEN HEELS

Die filigranen Absätze verleihen den knöchelhohen, meist eher rustikalen Boots einen veritablen femininen Touch. Uns gefallen besonders die Schuhe von Balenciaga, Tabitha Simmons und Aquazzura.

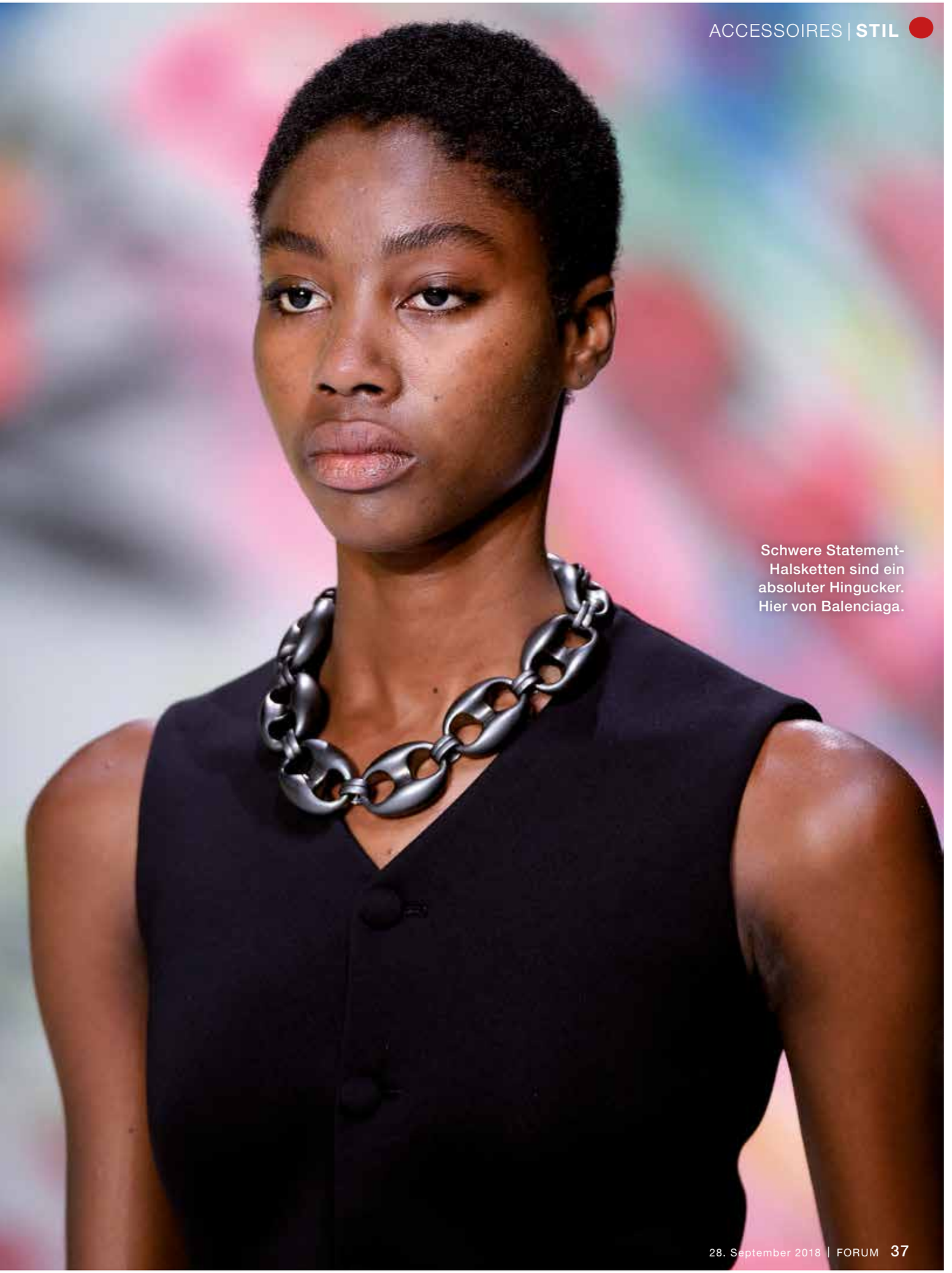
SCHNÜRSTIEFEL MIT PROFIL

Genau das richtige Schuhwerk für die ungemütliche Jahreszeit. Schön, dass die Utility-Boots von Brands wie Phil-

Ankle-Boots mit Kitten Heels werden zum Hit, wenn es kalt wird. Hier von Aquazzura (Black Jicky Suede).

Tolle Gummistiefel gibt es mittlerweile auch von Calvin Klein.

FOTOS: PR (2) — PICTURE ALLIANCE / PHOTOSHOT



Schwere Statement-Halsketten sind ein absoluter Hingucker. Hier von Balenciaga.

lip Lim, Proenza Schouler oder Saint Laurent inzwischen auch ganz stylish daherkommen.

RIESENTASCHEN

Victoria Beckman machte die scherzhafte Bemerkung, dass ihre neue, veilchenblaue Wolltasche so groß ausgefallen sei, dass problemlos ihre vier Kinder darin Platz finden könnten. Auch die Weekender von Fendi haben solch gigantische Ausmaße, dass sie sicherheitshalber zum Lastentransport mit Rädern ausstaffiert wurden. Ähnliche XXL-Exemplare haben beispielsweise Stella McCartney, Balenciaga oder Alexander McQueen in ihrer Winterkollektion.

SCHAL-INNOVATIONEN

Natürlich werden die Seidentücher auch diesen Winter wieder um den Hals oder als Kopfbedeckung getragen (zu sehen beispielsweise auf den Catwalks von Valentino, Gucci oder Undercover). Aber daneben haben die Designer auch noch neue Einsatzmöglichkeiten entdeckt. Bei Marine Serre dienen sie als Riemenersatz für Umhängetaschen, bei Off-White als ungewöhnlicher Riemen für Pumps (bei Phillip in ähnlicher Funktion bei Flats), bei Tory Burch oder Mulberry baumeln sie als Zierde von Tragetaschen, bei Toga ersetzen sie den traditionellen Gürtel.

LANGE HANDSCHUHE

Diesen Winter kommen die schönsten Handschuhe in Ellbogenlänge in allen Farben des Regenbogens daher. Das Spielen auf dem Smartphone ist mit diesen Teilen eine wahre Herausforderung – es sei denn, frau entscheidet sich für ein Exemplar von Chanel, bei dem die Finger unbedeckt bleiben (wie es Karl Lagerfeld längst zu seinem persönlichen Markenzeichen gemacht hat).

PELZ-ARMSTULPEN

Ein überraschenderweise sehr häufig auf den Catwalks auftauchendes Accessoire waren Armstulpen aus Pelz oder Fake Fur (Prabal Gurung, Dennis Basso oder Brock Collection).

EINKAUFSTÜTEN DE LUXE

Die Einkaufstaschen aus Plastik oder Papier der Supermärkte haben sich diverse Designer zum Vorbild genommen und daraus optisch ähnlich daherkommende Luxus-Versionen geschaffen (Balenciaga, Marni oder Monse). Bei Michael Kors aus feinstem Leder, bei Alexander Wang mit Swarovski-Kristallen verziert.

GÜRTELTASCHEN & POCHETTES

Freiheit für die Hände gewähren die Designer dank reichlich neuer Modelle von Gürteltaschen (Versace, Givenchy oder J. W. Anderson) und an Halsketten baumelnden Pochettes (Marc Jacobs, Giambattista Valli oder Prada).

RUNDE HANDTASCHEN

Sie zeichnen sich durch eine gehörige Portion Romantik aus und haben Vorbilder in den seligen Sixties. Gucci führt den Trendzug an, gefolgt von Balmain oder Moschino.

MEGAGROSSE SONNENBRILLEN

Auch wenn Kanye West jüngst seiner Gemahlin Kim Kardashian den Rat gegeben hatte, künftig nur noch winzige Sonnenbrillen zu tragen, weil große angeblich nicht mehr angesagt sind, dokumentieren die Designer von Dior bis Altuzarra diesen Winter unübersehbar weiterhin ihre Vorliebe für riesige Sunglasses.

SCHWERE HALSKETTEN

Im Schmuck-Bereich sind diesen Winter schwere gold- oder silberfarbene Halsketten angesagt, wie sie die Models von Dolce & Gabbana, Miu Miu oder Balenciaga auf den Laufstegen vorgeführt hatten.

SCHULTERLANGE OHRRINGE

Je größer, desto besser, so lautet auch bei den Ohrringen das Motto der Saison. Beispielhaft seien die Preziosen von Jacquemus, Balenciaga oder Loewe genannt.

CUFFS / ARMREIFEN

Die schönsten Pieces der Saison von Labels wie Altuzarra, Alexander McQueen oder Giambattista Valli ähneln kunstvollen Skulpturen.

BALACLAVAS / STURMHAUBEN

Die klassischen Einbrechermützen, die in der sportiven Umsetzung traditionell auch auf Skipisten als Kälteschutz zu Hause sind, betreten diesen Winter die High-Fashion-Bühne. Gucci und Calvin Klein sind dabei die Vorreiter, aber auch Chanel mischt mit.

HOODS

Die Kapuzen der Hoodies spielen nunmehr einen Solopart und sind diesen Winter eine der Trend-Kopfbedeckungen. Hoods haben Chanel, Lanvin oder Balenciaga in ihrem aktuellen Sortiment.

Runde Handtaschen und Gürteltaschen (quer getragen) sind ein Musthave im Herbst und Winter.

FOTOS: PR (2) — PICTURE ALLIANCE / ABACA

Saarland,
RADLAND, WANDERLAND

FÜR AKTIVURLAUBER UND GENUSSMENSCHEN

Für alle In-die-Pedale-Treter.
Über-Stock-und-Stein-Geher. Natur-Genießer.
Kilometer-Sammler. Und Sich-auch-mal-dreckig-Macher.
Denn die schönsten Wege führen ins Saarland – und zu fünf erstklassigen Victor's Residenz-Hotels mit höchstem Komfort und zuvorkommendem Service.

SAAR LAND CARD

Freuen Sie sich auf:

- zwei Übernachtungen inklusive Frühstücksbuffet
- ein Abendessen als 3-Gang-Menü (auf Schloss Berg: ein Abendessen als 4-Gang-Menü im Restaurant *Bacchus* oder im *Victor's Landgasthaus Die Scheune*, je nach Verfügbarkeit)
- ein Lunchpaket sowie eine Radfahr- oder Wanderkarte
- ein Präsent aus Victor's Welt

ab € 110 pro Person im Doppelzimmer
ab € 160 im Einzelzimmer

im Victor's Residenz-Hotel Schloss Berg *****S:
ab € 200 pro Person im Doppelzimmer
ab € 290 im Einzelzimmer

Die Saarland Card bietet Ihnen freien Eintritt zu mehr als 80 Attraktionen und die kostenlose Nutzung von Bus und Bahn. www.card.saarland

Victor's
RESIDENZ-HOTELS
SAARLAND

Victor's Seehotel Weingärtner · Victor's Residenz-Hotel Schloss Berg · Victor's Residenz-Hotel Saarbrücken
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 · Kürfürstendamm 100 · D-10709 Berlin

FOTOS: GETTY IMAGES / COFFEEANDMILK — PRIVAT

„Schöpferin des perfekten Blicks“

Medina Shala hat sich in ihrem „Lash Room“ auf Wimpern-Extensions spezialisiert. Im Interview spricht sie über deren Anbringung, die richtige Pflege, Haltbarkeit und mögliche Nebenwirkungen.

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

Frau Shala, wie kamen Sie dazu, Lash Extensions anzubieten?

Das Thema Beauty hat mich schon immer begeistert, weil es vielseitig ist und einem viele Türen offenstehen. Es ist ein spannendes Feld, und es überrascht mich jeden Tag, zu jeder Jahreszeit aufs Neue. Eine Wimpernstylistin ist die Schöpferin des perfekten Blicks. Dieser Satz hat mich einfach inspiriert, sodass ich keine Kosten und Mühen gescheut habe, es zu lernen. Lash Extensions waren einer der heiß begehrten Trends auf dem Beauty-Markt und das Interesse an der Wimpernverlängerung steigt ständig. Ich wollte es erlernen und erkundigte mich im Internet nach Schulungen, verschiedenen Techniken, Risiken und Nebenwirkungen, Materialien und so weiter.

Benötigt man eine spezielle Ausbildung dafür oder genügen jeweils kurze Schulungen? Wie war es bei Ihnen?

Nach vielen Recherchen traute ich mich endlich, an einem Seminar zur Wimpernstylistin teilzunehmen. Danach wollte ich nie wieder aufhören, Wimpern zu verlängern. Ich nahm als Übung beziehungsweise Versuchskaninchen meine Freundinnen, die sich glücklicherweise direkt als Modelle bereitgestellt haben. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda wurden meine Lashes immer beliebter, und so nahm alles seinen Lauf – bis heute. Ich nahm an mehreren Schulungen teil, um so viel wie möglich zu lernen und meine Arbeit zu perfektionieren. Es gibt unterschiedliche Schulungen wie zum Beispiel für 1:1-Technik, Volumentechnik und Lash Lifting. Ich habe diese Schulungen einzeln über mehrere Tage besucht, aber es werden auch eintägige Seminare angeboten, wobei das Erlernen der richtigen Techniken in so kurzer Zeit unmöglich ist. Die meisten Schulungen hatten einen theoretischen und einen praktischen Teil. In der Theorie wurden unterschiedliche Längen, Looks, Pflegeprodukte, Hinweise, Tipps und vieles mehr vorgeführt. Im praktischen Teil bekam man einen Puppenkopf zum üben. Um die Schulung abzuschließen, sollte man mindestens an einem menschlichen Modell die Wimpern verlängern.

Im Netz kursieren – wie bei den Haar-Extensions – einige Schock-Fotos. Bei manchen Frauen sind die Augenlider massiv angeschwollen, die Wimpern verklebt und der natürliche Wimpernkranz ist ein paar Wochen später ausgedünnt. Welche Fehler wurden hier gemacht?

Medina Shala ist Meisterin ihres Fachs und führt einen Salon in Jägersfreude.

Die Schock-Fotos entstehen eigentlich nur aus einem Grund, und der nennt sich Kleber. Die meisten Kleber für eine Wimpernverlängerung halten drei bis vier Wochen, daher sind sie auch sehr stark und können auch schnell durch die Dämpfe reizen. Deswegen ist absolute Vorsicht geboten. Wenn man zu viel Kleber benutzt und dieser an die Haut kommt, führt das zu Irritationen am Lid, was die angeschwollenen Augenlider erklärt. Im schlimmsten Fall kommt es zu einer Bindehautentzündung. Die Benutzung von zu viel Kleber kann dazu führen, dass die Wimpern verkleben und somit die eigenen Naturwimpern schneller rausfallen. Aber man muss hinzufügen, dass es nicht immer die Schuld der Wimpernstylistin oder die der Produkte ist. Es kann auch mal passieren, dass eine Kundin allergisch auf die Produkte reagiert, obwohl vorher keine Allergie bestand.

Wie kann man solche Probleme vermeiden?

Bevor ich mit der Wimpernverlängerung starte, führe ich ein ausführliches Beratungsgespräch mit meiner Kundin über Wünsche, Vorstellungen und über die ordnungsgemäße Reinigung. Somit werden schlimmere Beauty-Pannen von vornherein ausgeschlossen.

Falls doch mal Wimpern verkleben sollten oder Ähnliches: Wie kann man die Extensions wieder ablösen, ohne dass Schäden bleiben?

Falls doch Wimpern verkleben sollten, gibt es einen Remover, mit dem man die Wimpern lösen kann. Man kann auch ölhaltige Produkte verwenden, falls man keinen Remover zur Hand hat.

Ist die Anbringung der Wimpern mit den langen Pinzetten und so nah am Wimpernrand unangenehm?

Ich arbeite mit einer Wimpernfächerpinzette und einer normalen Pinzette. Beide berühren ausschließlich die Wimpern und nicht das Lid. Somit merken die Kunden kaum etwas, und manche machen sogar ein kleines Nickerchen dabei.

Worauf muss man beim Setzen der Wimpern achten, damit das Ergebnis möglichst natürlich aussieht?

Bei dem Beratungsgespräch mit meinen Kunden gehe ich, soweit es möglich ist, auf deren Wünsche ein. Der Wimpernlook sollte auf die Augen und die Gesichtsform abgestimmt sein. Bei einem natürlichen Look wendet man meistens die 1:1-Technik oder die 2D-Volumentechnik an. Jedes Auge hat unterschiedliche Wimpernhaarlängen. Je nachdem werden dann passende Längen verwendet und eingesetzt.

Wenn man Lash Extensions trägt, muss man einige Dinge beachten. So darf man etwa keine ölhaltigen Pflegeprodukte mehr verwenden, weil diese den Kleber lösen können. Worauf muss man noch verzichten?

Um eine lange Tragedauer zu gewährleisten, darf man innerhalb von 48 Stunden kein Wasser/Dampf oder kosmetische Produkte wie Eyeliner und Mascara an die Augen lassen. Man darf weder in die Sauna noch ins Solarium, da der Kleber durch die Feuchtigkeit zu hart wird und nicht die gewünschte Trocknungskonsistenz erzielen kann. Außerdem darf man nicht an den Wimpern ziehen, oder diese eigenmächtig entfernen.

„Man spürt die Wimpern nicht“

Mit welchen Produkten darf man das Augen-Make-up abschminken und die Augen waschen?

Das Augen-Make-up darf man nur mit nicht öl- oder fetthaltigen Produkten lösen. Wasser ist absolut kein Problem für die falschen Wimpern.

Und wie sieht es mit Schwimmbad und Urlaub am Meer aus?

Nach 48 Stunden kann man problemlos duschen, schwimmen gehen oder ans Meer fahren.

Ist es schlimm, wenn man beim Schlafen auf den Wimpern liegt?

Nein, das ist nicht schlimm. Man merkt nur nach einer gewissen Zeit, dass, wenn man zum Beispiel eine bestimmte Schlafseite hat, die Wimpern auf dieser Seite unordentlicher sind als auf der anderen Seite.

Wie sollte man die Wimpern pflegen?

Die Wimpern brauchen keine besondere Pflege. Bei jeder Behandlung werden die Wimpern mit einem Primer gereinigt. Zusätzlich erhält jeder Kundin eine Wimpernbürste. Idealerweise sollten die Wimpern jeden Tag gekämmt werden. Außerdem kann zusätzlich ein Wimpernserum helfen, um die Wimpern noch weiter zu stärken.

Wie lange halten Lash Extensions ungefähr, und wie hoch sind die Kosten?

Lash Extensions können je nach Pflege zwei bis vier Wochen halten. Eine Neuauflage kostet bei mir 70 Euro für alle Techniken, wobei ich auch Studenten- und Schülerpreise anbiete. Die Preise fürs Auffüllen hängen von der Anzahl der aufzufüllenden Wimpern und der Tragezeit ab und liegen bei mir zwischen 30 bis 50 Euro.

Wie viele Einzelwimpern werden in etwa pro Auge eingesetzt?

Je nach Wunschlook werden zwischen 80 bis 150 künstliche Wimpern pro Auge eingesetzt.

Wie lange dauert eine Wimpernverlängerung oder -verdichtung ungefähr?

Je nach Anzahl der eigenen Wimpern und der gewählten Technik dauert die Neuauflage eineinhalb bis zwei Stunden. Beim Auffüllen nimmt die Behandlung ungefähr 30 bis 50 Minuten in Anspruch.

Spürt man die Wimpern auf den Augen?

Wenn die Lash Extensions korrekt angebracht wurden, spürt man sie beim bloßen Tragen nicht. Manche Kunden sehen im oberen Blickfeld einen schwarzen Schleier, der aber durch Gewohnheit verschwindet.

Tragen Sie selbst auch Lash Extensions?

Lash Extensions kann man nicht selbst anbringen, da beide Augen während der Behandlung geschlossen bleiben. Ich selbst trage keine Wimpernverlängerung, weil ich die Wimpernstylistin meines Vertrauens noch nicht gefunden habe.

Via Facebook: Lash Room by Dina

Wie viele Wimpern angebracht werden und mit welcher Technik, bespricht man vorher mit der Kosmetikerin – damit das Ergebnis wie gewünscht ausfällt.

FOTO: LASH ROOM BY DINA

Victor's
RESIDENZ-HOTEL
FRANKENTHAL
★ ★ ★ ★

Einfach wanderbar

Durchwandern Sie den Pfälzer Wald mit seinen zahlreichen attraktiven Wanderwegen. Davor und danach lassen Sie sich in unserem Hotel verwöhnen.

„Einfach wanderbar“

Freuen Sie sich auf:

- *2 Übernachtungen im Komfort-Doppelzimmer inklusive reichhaltigem Frühstücksbuffet*
- *eine umfangreiche Wanderkarte der Region*
- *eine Flasche Pfälzer Wein auf dem Zimmer*
- *Nutzung des Wellness-Bereichs mit Sauna, Dampfbad, Whirlwannen und Infrarot-Kabine*

ab € 109 pro Person im Komfort-Doppelzimmer

3-fach wunderbar

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

FOTO: GETTY IMAGES / COFFEEANDMILK

TUCK IT!

Vorbei die Zeiten, als Oberteile nur in Hose oder Rock eingesteckt oder darüber getragen wurden. Denn derzeit sind in der Damenmode **lässig-unkonventionelle Alternativen** der letzte Schrei, während sich die Herren brav an klassische Stylingregeln halten sollten.

Das Netz ist voll von Anleitungen, wie Oberteile, beispielsweise T-Shirts, Blusen, Hemden, Pullover, Sweater oder Jacken, in jeder Menge ausgefallener Varianten in Unterteile hineingesteckt werden sollen. Im Englischen wird für diesen modischen Kniff das Verb „to tuck" verwendet. In der britischen Tageszeitung „The Guardian" wurde für den neuen Trend sogar das Wort „Tucking" verwendet. Auch im Hair-Styling ist Tucking derzeit mega-angesagt. Hatten doch Labels wie Gucci oder Valentino ihre Models mit hinter den Ohren eingeklemmten, durch Klammern zusätzlich fixierten Haaren über die Laufstege für die Sommersaison 2018 stolzieren lassen. Und getuckte Mähnen wurden jüngst auch auf den roten Teppichen der Golden Globes, hier von Margot Robbie, oder der Oscar-Gala, von Emma Stone, präsentiert.

TUCKING SELBST MIT DICKEN PULLIS ODER JACKEN

Nicht ganz einfach, die Vorbilder des Trends, der sich in der Damenmode laut „Guardian" und „Süddeutscher Zeitung" seit etwa 2013 immer stärker ausgebreitet hat, ausfindig zu machen. Wir haben es dennoch versucht und glauben, dass die Ursprünge mal wieder in der Menswear liegen. Sprich, im Look nachlässig gekleideter Herren, die es beim Einstecken ihrer Hemden in den Bund nicht so genau genommen und dadurch mehr oder weniger unbewusst einen Teil des Shirts über der Hose belassen hatten.

In den 80er-Jahren hatte der britische Sänger Steven Patrick Morrisey als Frontman der kultigen Indie-Rock-Band The Smiths den „Half-Tuck", wie das nur halb oder teilweise Einstecken des Oberteils im englischen Sprachraum heute meist genannt wird, zu seinem persönlichen Markenzeichen gemacht. Auch bei Auftritten der Rolling Stones war der Half-Tuck bei Mick Jagger gelegentlich zu sehen, aber bei der Rock-Ikone dürfte das eher zufällig passiert sein.

Auf dem Fashion-Catwalk, Menswear wohlgemerkt, tauchte der Half-Tuck erstmals 1991 bei Calvin Klein Jeans auf. Offiziell salonfähig wurde der unkonventionelle Stil aber erst infolge eines Zeitungsartikels in der „New York Times" vom Juli 2004 und vor allem dank des Kickers David Beckham, der seinerzeit der mit Abstand beste Protago-

nist des Undone-Looks war. Bei der Präsentation der Herrenkollektion für den Sommer 2012 hatte das Label Balmain mit Tucking auf dem Laufsteg gespielt. Das Verdienst, den Half-Tuck in die Damenmode eingeführt zu haben, gebührt fraglos der französischen Journalistin Emmanuelle Alt, die seit Antritt ihres Chefredakteur-Postens bei der französischen „Vogue“ 2011 den speziellen Look ganz explizit publizistisch gefördert hat.

In der aktuellen Männermode wird, mit Ausnahme von Louis Vuitton und Hermès-Menswear, kaum mehr getuckt, ganz im Gegenteil werden den Herren der Schöpfung in diversen Artikeln neueren Datums Tipps für das korrekte Tragen von Hemden, Hawaiihemden, Poloshirts, Rollkragenshirts oder T-Shirts mit Hosen gegeben. Dicke Pullis oder Sweater haben demnach in der Hose nichts zu suchen. Auch nicht Hawaiihemden und

ECHTER FIGUREN-SCHMEICHLER

alle anderen Oberteile mit bunten Prints. Poloshirts oder Rollkragenshirts müssen wegen ihres gleichmäßigen Saums nicht eingesteckt werden. Gleiches gilt generell für alle Hemden ohne Zipfel, bei denen also der Saum vorne und hinten gleich lang ist. Andernfalls gehören die Hemden in den Bund hinein, es sein denn, man(n) möchte ganz bewusst einem jugendlich-zersausten Look frönen.

Der Half-Tuck kommt hingegen für gestandene Mannsbilder nicht infrage, „gilt eher als ein figurschmeichelnder Trick für Frauen“, so ein Stil-Beitrag in der „Hannoverschen Allgemeinen“. Schauen wir mal, schließlich haben wir in der ersten Männer-Kollektion von Jacquemus für den Sommer 2019 auch schon wieder einige ausgefallene Tucking-Kombinationen entdecken können. Für diese ist inzwischen auch der Begriff „French-Tuck“ gebräuchlich geworden. Bei dieser Variante wird das

Amber Heard macht ihr Basic-T-Shirt abendtauglich. Rechts: Eingesteckter Blazer bei Céline.

Victoria Beckham beherrscht das Tucking in Perfektion und kombiniert gekonnt.

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

Oberteil nur vorne etwas in der Hose versteckt, während es hinten lässig herunterhängen soll. Im Streetstyle rund um die Männer-Modemessen sind in letzter Zeit auch immer häufiger Kerle mit in Hosen verstauten T-Shirts entdeckt worden. Kritiker machen dafür vor allem den russischen Designer Gosha Rubchinskiy, in ihren Augen so etwas wie der Botschafter des schlechten Geschmacks, verantwortlich.

Ob die weibliche Silhouette davon profitiert, wenn Blazer, Wollpullover oder gar Daunenjacken ganz oder teilweise in den Bund gestopft werden, sei dahingestellt. Nicht alle Ladys können mit Traummaßen wie Kendall Jenner aufwarten, die problemlos sogar Platz für eine Biker-Jacke von Balenciaga in ihrer knallengen Jeans gefunden hatte, nachdem sie sich mit einem gestreiften Balenciaga-Hemd im Half-Tuck-Look zur knappen Shorts hatte ablichten lassen. Auch auf dem Laufsteg für die Sommersaison 2018 hatte Demna Gvasalia die Balenciaga-Models in tief sitzenden Schottenröcken auftreten lassen, in die die Blusen nur ganz locker vorne eingesteckt waren. Bei Céline stolzierte ein Model in maxilangem, gelbem Plissee-Rock über den Catwalk, in den die linke Hälfte eines rosafarbenen Jackets reingestopft war.

VIELE VARIANTEN DES EINSTECKENS

Natürlich kommen die Fashion-Girls keinesfalls mit „Half-Tuck“ oder „French-Tuck“ zur Bezeichnung des neuen Trends aus. Vielmehr gibt es für jede Art des Einsteckens einen eigenen Begriff. Selbst das ganz normale Tragen der Bluse in Rock oder Hose nennt sich „Full-Tuck“, das klassische Drübertragen „No-Tuck“. Vorne drin heißt „Front-Tuck“, hinten drin „Back-Tuck“, nur auf einer Seite wird mit „One-Side-Tuck“ bezeichnet, vorne an einer einzigen Stelle mit „Stuff-Tuck“, in Nabelnähe „Navel-Tuck“, nur hinten raushängend „Mullet-Tuck oder „Vokuhila-Tuck“, und so weiter …

Peter Lempert

TUCKING TUTORIAL

Beim **Half-Tuck** genügt ein einziger Handgriff, um den gesamten Look komplett zu verändern. Was vorher korrekt oder ein wenig streng und steif gewirkt hat, sieht plötzlich dynamisch, cool und lässig aus. Doch ganz so einfach ist das Styling nicht. Am besten versucht frau es erst einmal vor dem Spiegel mit einer Bluse und stopft möglichst mittig vor dem Bund nur eine Seite des Oberteils in Rock oder Hose (One-Side-Tuck). Eine Knopfleiste kann dabei die ideale Trennungslinie sein. Der Effekt dürfte verblüffend sein, denn plötzlich hat sich das gesamte Erscheinungsbild Richtung Asymmetrie verschoben. Eine echte Herausforderung für die gewohnte Vorstellung von optischer Schönheit und Perfektion. Lässt sich übrigens noch stylish ausbauen, indem frau das heraushängende Blusenteil mit einem Pullover oder Sweater in Bundhöhe sich überschneiden lässt. Der Half-Tuck kann wunderbar mit einem dezenten Hosenumschlag kombiniert werden, allerdings sollte frau sich beim **Flanking (= Knöchel blitzen lassen)** auf eine einzige Rolle beschränken.

Vergleichsweise einfach ist die **Vokuhila-Variante**, bei der nur die Vorderseite des Oberteils im Bund verschwindet (daher auch schon mal Front-Tuck genannt), während die Hinterseite drüberhängt.

Das genaue Gegenteil ist der **Back-Tuck**, bei dem nur die Hinterseite eingesteckt wird (ideal, wenn Hemd oder Bluse eine längeren Hintersaum haben), wodurch der Po betont und die Schenkel etwas versteckt werden.

Der **Navel-Tuck** dürfte frau vor keine Probleme stellen, wird dabei das Oberteil, nur genau im Bereich des Bauchnabels im Bund verstaut. Besonders sind dafür Strickwaren geeignet.

Beim **Low-Tuck** sollte frau möglichst tief sitzende Hosen tragen, in die ein figurbetontes Oberteil mit Überlänge zunächst komplett hineingestopft und dann möglichst kunstvoll wieder etwas herausgezogen wird. Die gertenschlanke Victoria Beckham liebt diese Variante, die auch ein wenig an den Skater-Style erinnert. Wenn frau das gleiche Prozedere mit dicken Pullis in Kombination mit Röcken oder Hosen verfolgt, wird dabei optisch eine Art von Pilzsilhouette entstehen, oben massiv, unten eher zierlich, weshalb sich die Bezeichnung **Mushroom-Tuck** aufdrängt.

Die Königsdisziplin des Tuckings besteht fraglos darin, ohne ersichtlichen Grund das Oberteil scheinbar wahllos nur an einer einzigen Stelle in den Bund zu stopfen. Denn dabei kann ganz schnell der Eindruck entstehen, dass frau sich beim Ankleiden unter Zeitdruck eine Panne geleistet hat oder das Teil an genau dieser Stelle versehentlich herausgerutscht ist.

Keine Anleitung bedarf schließlich der **Loose-Tuck**. Den hat es schon immer gegeben, ohne dass es früher dafür eine eigene Bezeichnung gegeben hätte. Denn dabei wird das Oberteil einfach nur ganz locker komplett in ein Unterteil gesteckt (Full-Tuck), was eine ideale Methode ist, um ein kleines Bäuchlein oder kleine Fettpolster zu kaschieren.

Damen mit Idealmaßen werden dagegen eher den **Tight-Tuck** präferieren, bei dem das Oberteil nicht locker, sondern straff im Bund verschwindet. Wer vielleicht nicht unbedingt eine Traumfigur hat und den Trend dennoch mitmachen möchte, sollte das Tucking mit einem A-Linien-Kleid kombinieren, um dadurch optisch die Illusion einer Sanduhr-Silhouette herbeizuzaubern. Eine schöne Alternative zum Tucking kann zudem das einfache, mittige Verknoten der vorderen Oberteilenden sein.

BEAUTY-UPDATES

Auf dem neuesten Stand

Auf den Fashion-Shows haben sich zwei ziemlich gegensätzliche Beauty-Trends für den Winter abgezeichnet. Zum einen ein **glamouröser Glow** mit schimmernder, farbenfroher Opulenz, zum andern weiterhin der angesagte No-Make-up-Look. Allerlei Neues gibt's auch in Sachen Frisuren und Nageldesign.

Die vergleichsweise wenig zeitaufwendige Beauty-Routine läuft jeden Tag ähnlich ab. Foundation auftragen, Wimpern tuschen, Augenbrauen in Form bringen und meist noch etwas Lippenstift ins Spiel bringen. Das dürfte ausreichen, wenn das Gesamtpaket einer grundlegenden Schönheitspflege mit Peelings, Masken, Crememassagen, ausreichender Feuchtigkeitszufuhr, gesunder Ernährung, wichtigem Sonnenschutz sowie Frisör- und Nagelstudio-Besuchen gegen Spliss oder Nagelbruch regelmäßig absolviert wird. Häufig macht es aber auch Spaß, sich beim Schminken mal so richtig auszutoben und seinen gesamten Look durch ein neues Make-up, innovative Frisuren oder kreative Nagelstylings komplett zu verändern. Anregungen dafür liefern regelmäßig die Catwalks der vier internationalen Modeschauen. Natürlich ist dabei nicht alles alltagstauglich, kann aber mit etwas Geschick in abgewandelter oder abgeschwächter Form durchaus übernommen werden.

DIE MAKE-UP-TRENDS

„Candy Glow" lautet das Motto für Wagemutige, die es schrill und bunt mögen. Dafür braucht es nicht unbedingt einen Porzellanteint, weil schimmernde Opu-

FOTO: GETTY IMAGES / ISTOCKPHOTO / PUHHHA

lenz angesagt ist. Vornehme Blässe verschwindet unter Rouge, knalligem Pink oder Pfirsich-Nuancen als soft aufgetragenem Highlighter auf den Wangen. Hartes Contouring ist ebenso Schnee von gestern wie das matte Abpudern, an dessen Stelle die „Dewy Skin“ oder das „Dewy Finish“ getreten sind. Dabei handelt es sich um nichts anderes als um einen taufrisch-glänzenden Teint, gewissermaßen ein scheinbar natürlicher, durch Verwendung spezieller Sticks, Fluids oder Glosse erzielter Wet-Look, der Wangen, Lippen, Lidern oder Brauen einen feuchten Schimmer verleiht. Nur nicht übertreiben, damit gar nicht erst Assoziationen an einen öligen Fettglanz auftreten können. Etwas dezenter dürfte ein Highlighting mit Metallic-Nuancen sein, mit denen in Gestalt von Bronzing-Puder Akzente in Gold, Silber (besonders sophisticated in den inneren Augenwinkeln wirkend), Bronze oder Kupfer auf dem gesamten Augenlid oder als Eyecatcher auf geschminkten Lippen gesetzte werden können. Angesagt sind aber auch pastellige Eyeshadows, wobei Pink (auch in Metallic-Schattierung) diesen Winter die Nase vorn hat.

Bunter Kajal um das gesamte Auge herum

Etwas gewöhnungsbedürftig mag die Rückkehr des Kajal-Stiftes erscheinen, der sich zuletzt Anfang der Nullerjahre vergleichbarer Beliebtheit erfreut hatte. Zumal er jetzt mit einer erweiterten, bunten Farbpalette daherkommt. Dem Klassiker, dem schwarzen Kajal, machen jetzt bunte Eyeliner (von Neongelb bis Türkis), die nicht nur am oberen und unteren Wimpernkranz, sondern um das gesamte Auge herum oder gar als kleines, die Linie des Lids verlängerndes Schwalbenschwänzchen, appliziert werden, gehörig Konkurrenz. Geübte können mit bunten Flüssig-Eyelinern ihre grafische Malkunst unter Beweis stellen. Auch in Sachen Mascara sind neben den üblichen Verdächtigen Schwarz und Braun nunmehr Knallfarben en vogue. Wenn frau dazu auch noch Statement-Eyebrows haben möchte, sollte sie sich beim übrigen Make-up unbedingt zurückhalten.

Rockige, mit dickem, tiefschwarzem Liner designte Cat-Eyes müssen sich gegen Cat-Eyes in verschiedensten Blaunuancen behaupten. Absolut

alltagskompatibel, gleichermaßen für Büro oder Abendgala geeignet, ist der Trend der Statement-Lippen in schickem Purpurrot, Weinrot oder in Pink. Die gewählte Lippenstiftfarbe sollte aber unbedingt auf den individuellen Hautton abgestimmt sein. Faustregel: Helle Hauttypen können alle klassischen Rot- und Pinktöne tragen, ein dunkler Teint kommt mit Weinrot oder Pflaumentönen am besten zur Geltung.

Als Gegenpart zum glamourösen Glow-Look hat sich der erwachsene No-Make-up-Look inzwischen fest etabliert. Frau steht dabei ganz selbstbewusst zu ihrer natürlichen Haut und perfektioniert den Teint nur ganz minimal, beispielsweise mit einer leichten Foundation und etwas Blush in dezenten Erdtönen. Dazu noch die Augenbrauen in Form bringen, eventuell etwas farblosen Lipgloss auftupfen und die Wimpern leicht tuschen. Allerdings setzt dieser natürliche Look eine perfekte Hautpflege mit Cremes oder Seren samt Anti-Aging-Wirkstoffen wie Retinol, Vitamin C oder Hyaluronsäure als Basis voraus.

FRISUREN-TRENDS

Rot und Rosa sind die angesagten Haarfarben der kommenden Wintersaison. Jedenfalls ließen auffällig viele Designer ihre Models mit in diesen beiden Tönen gefärbten Mähnen über die Laufstege stolzieren. Das mag Erinnerungen an früheren Henna-Glanzzeiten wecken. Als Accessoires gab es auf den schönen Köpfen eine Vielzahl von glitzernden Haarklammern oder Bananas (vornehmlich aus Naturmaterialien wie Horn oder Perlmutt) und Scrunchies zu bestaunen.

Auffällig ist das Revival der Retro-Frisuren. Das Toupieren kommt wieder stark in Mode. Der Bouffant wurde einst von Kenneth Battelle, einem New Yorker-Star-Coiffeur, eigens für Jackie Kennedy kreiert. Der 60er-Style mit hoch toupiertem Haar, das seitlich locker fällt und mit einer weichen Föhnwelle abschließt, ist wieder ebenso trendig wie die von Amy Winehouse zum Markenzeichen erhobene Bienenkorb-Frisur, auch Beehive genannt, aus dem Jahr 1960. Viel Volumen verspricht auch eine auf Basis der angesagten Föhntechnik „American Blow Dry“ gestylten Frisur. Wer’s beherrscht, kann selbst zu Hause mit Föhn und Rundbürste stets ein Frisch-vom-Friseur-Aussehen herbeizaubern. Aber auch kantige Schnitte und fransiges Haar (teils mit Federspitzen) gehörten zu den favorisierten Frisuren der Mode-Designer. Den Ponytail nicht zu vergessen, vor allem in einer steif geknoteten, wie eingefroren wirkenden Umsetzung. Bei Chanel ging es hingegen mit dem neuen ultra-lässig messy-like gehaltenen Topknot, dem ultimativen Couture-Knoten, hoch hinauf. Zum Nachstylen einfach die Haare einsprühen, locker eindrehen und einzelne Haarspitzen nagelförmig herausblitzen lassen. Ohne Styling-Produkte kommen dagegen die Blowout-Frisuren aus, wie sie vor allem in den USA schon längst populär sind. Der Pfiff dabei ist allerdings ein gehöriges Föhn-Grundwissen. Unbedingt noch zu erwähnen ist auch das Comeback des schlichten Mittelscheitels.

NAGELLACK-TRENDS

Die „Vogue“ hat jüngst drei neue Nail-Trends für den Winter 2018/2019 ausgemacht. An der Spitze steht ein spezieller, betont blasser Pale-Ton, gewissermaßen das neue Nude, weißem Mais oder einer Mischung von gefrorenem Schnee und grauem Puder ähnelnd. Alternativ empfiehlt die „Vogue“ ein klassisches Grau. Der leuchtende Kontrast und der zweite Top-Trend ist laut „Vogue“ Rot in allen erdenklichen Tönen. Last but not least feiern die 80er-Jahre ein Revival mit Leo-Nail-Art oder holografischem Nageldesign auf überlangen XXL-Krallen. Wir möchten zusätzlich noch auf angesagte Glitter-Nails hinweisen.

Peter Lempert

Rote Lippen sind aus der Beautybranche nicht wegzudenken. Passende Töne gibt es für jeden Teint.

FOTO: GETTY IMAGES / BLEND IMAGES

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 Angebote – 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

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 Angebot inklusive.

„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*

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

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

Die Saarland Card bietet Ihnen freien Eintritt zu mehr als 80 Attraktionen und die kostenlose Nutzung von Bus und Bahn. www.card.saarland

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