

# VOGUE

DEUTSCH

04/2021  
APRIL  
€ 7,-  
DEUTSCHLAND  
€ 7,- ÖSTERREICH  
SFR 11,- SCHWEIZ

WITH  
LOVE ...

**WEIL UNS NUR DIE LIEBE STARK MACHT  
+ FASHION-DUOS, KUNST-PAARE, BUSINESS-DOPPEL**





[louisvuitton.com](https://www.louisvuitton.com)

**LOUIS VUITTON**

**CAN**

**YOUR**

**EMOTIONS**

**BE**

**ENGINEERED?**



**I'M NOT  
A ROBOT**

**ANSWERS**  
DANIEL, CORAL SPRINGS

**ANSWER**

**AT**

**PRADA**

**.COM**





DIOR



CHA

NEEL







**CELINE**





**MIU MIU**



shop online at [ARMANI.COM](http://ARMANI.COM) follow @giorgioarmani



GIORGIO ARMANI



PATEK PHILIPPE  
GENEVE



TWENTY~4

BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



MEHR INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEI DEN UNTEN GENANNTEN  
PATEK PHILIPPE PARTNERN SOWIE IM AUTORISIERTEN FACHHANDEL.

EINE VOLLSTÄNDIGE LISTE UNSERER PARTNER IN DEUTSCHLAND  
FINDEN SIE AUF [PATEK.COM](http://PATEK.COM)

AACHEN Ulrich und Knorren | AUGSBURG Hörli | DÜSSELDORF Blome | FÜRTH Kuhnle  
HAMBURG Mahlberg | KÖLN Gadebusch | MÖNCHENGLADBACH Krebber | MÜLHEIM AN DER RUHR Laerbusch  
MÜNCHEN Bauer | MÜNSTER Oeding-Erdel | OBERSTAUFEN Hoffelder | RECKLINGHAUSEN Exner  
STUTT GART Kutter | ULM Scheuble | WIESBADEN Oberleitner | WÜRZBURG Fischer





*Cartier*

DOLCE & GABBANA

DOLCEGABBANA.COM

# VOGUE

DEUTSCH

April



**PRIVATE MUSEN** Model Guinevere van Seenus' Liebeserklärung an New York City und ihre Liebeshmenschen. S. 136

## Mode

- 35 **VOGUE FAVORITEN** Fabelhafte Frauen, innovative Kollektionen und Fashion-Teamwork
- 39 **TRUE ROMANCE** Zarte Spitze, kostbare Seide, feiner Tüll: traumhafte Brautkleider vom Runway
- 40 **ETERNAL FLAME** Spannendes Spiel der Gegensätze oder monochrom? Modelieblinge und Schmuckstücke für immer
- 42 **FASHION IN LOVE** Wir lieben ihre It-Bags, Looks und Stil-DNA. Doch wer lässt eigentlich die Herzen der DesignerInnen höher schlagen?
- 44 **WIR SAGEN JA** ... zu weißen Taschen: vier Modelle von klassisch-schlicht bis feminin-verspielt
- 45 **MEIN SCHATZ** Weißgold, Rotgold oder Gelbgold mit Diamanten: Eheringe für die Ewigkeit
- 122 **SHOW TIME** Inspirierende Mode-Highlights von avantgardistisch bis überglamourös
- 136 **GUINEVERE & FRIENDS** New York State of Mind: Model Guinevere van Seenus hat Freunde und Familie für VOGUE fotografiert
- 148 **ZURÜCK ZUR NATUR** In der jüngsten „Blue Book“-Kollektion zelebrieren Tiffany & Co. die schönsten „Colors of Nature“
- 154 **PLUS-ONE** VOGUE bat DesignerInnen, eine Person ihrer Wahl modisch und fotografisch in Szene zu setzen
- 162 **ALBER ELBAZ TRIFFT ALBER ELBAZ** Zurück mit einem eigenen Label namens AZ Factory und so persönlich wie nie: Für VOGUE führt Alber Elbaz ein Gespräch mit sich selbst
- 166 **BILDEND SCHÖN** Edie Campbell im Look des Skulpteurs Constantin Brâncuși und über ihre Liebe zur Natur

- 182 **GUTE ARBEIT** Business meets Fashion: stilvolle Outfits fürs Homeoffice, die auch noch beste Laune machen
- 226 **AUS ALT MACH NEU** Karen Jessen upcycelt Levi's-Pieces zu einem neuen Look

## Kultur

- 77 **KULTUR NEWS** Die Highlights aus Fotografie, Musik und Literatur im April
- 78 **DIE ANDERSDENKERIN** Nadine Ijewere zeigt in ihren Fotografien die Menschen in ihrer ganzen Schönheit
- 82 **MUSIK MIT MAMI** Das Popalbum von Künstler Jonathan Meese und DJ Hell zeugt auch von einer besonderen Mutter-Sohn-Beziehung
- 84 **DIE CHEFIN IST SIE** Hannah Reid hat sich zur Bandleaderin von London Grammar erklärt
- 88 **LIEBE UND VERLUST** Autorin Kata Wéber über Tragik und Vergebung in ihrem Film „Pieces of a Woman“

## Beauty/Health

- 95 **SCHÖNHEIT PUR** Statement-Lippen oder Fokus auf den Augen: Lieblingslooks für die kommende Saison
- 100 **GENIALES DOPPEL** Der neue Duft von Shiseido vereint erlesene Aromen – und die Kunst zweier Parfumeurinnen
- 102 **FRISCHES FINISH** Seidiger Puder für ebenmäßige, rosig-zarte Wangen
- 108 **IM REINEN MIT MIR** Für mich, für dich, für uns: Warum Selbstliebe (nicht nur) innerhalb einer Partnerschaft von so großer Bedeutung ist



## VOGUE-TITEL

Edie Campbell trägt eine dunkelblaue Baumwolljacke, die passende Hose und eine weiße Baumwollbluse von **DIOR**. Ledergürtel: **MARGARET HOWELL**. Frisuren: Andrew Guida. Make-up: Luca Cianciolo; beide für Close Up. Styling: Christiane Arp & Miguel Arnau. Stylingassistenten: Maria Sofia Brini und Grazia Uliana Sgura. Redaktion: Maximilian Aufschnaiter. Fotos: Giampaolo Sgura.



# BVLGARI

ROMA



**BUSINESS CASUAL** Trenchcoat und Blazer in zarten Tönen für eine entspannte Rückkehr ins Büro. S. 47

**ZIEMLICH BESTE SCHWESTERN** Intime Einblicke in die Beziehung der Prinzessinnen Elisabeth und Maria von Thurn und Taxis. S. 192



- 112 **PAS DE DEUX** Gemeinsam (noch) schöner: Foundation und Puder, Lippenstift und Gloss als geniale Kombinationen
- 114 **DER DUFT DER INKA** „Casa de Coca“: eine Liebeserklärung von VOGUE-Redakteurin Beatrice Graf an Peru

## Menschen

- 32 **VOGUE STELLT VOR**
- 86 **VOGUE TRIFFT ...** Sophie Passmann
- 90 **FRAGEN OHNE ANTWORT** von Gilbert & George
- 192 **FAMILY AFFAIR** Elisabeth Prinzessin von Thurn und Taxis über die Nähe zu ihrer Schwester Maria. Und ein geschwisterliches Gipfeltreffen – mit überraschenden Antworten
- 196 **VOGUE-GESPRÄCH** Kim Jones und Silvia Venturini Fendi bilden die neue Kreativspitze bei Fendi. Ein Gespräch über familiäre Werte und wertvollen Fortschritt
- 224 **DER LIEBSTE FEIND** Prominente Be- und Erkenntnisse zur größten Hassliebe

## Business

- 47 **COVER-STARS** Schön seriös: Trenchcoats und Blazer auf Erfolgskurs
- 58 **FIRST LADY** Roula Khalaf ist die erste Chefredakteurin der „Financial Times“. Die Nahostexpertin steht für Werte und Wandel
- 62 **VOM ICH ZUM WIR** Warum Doppelspitzen, Jobsharing und unterschiedliche Perspektiven unsere (Arbeits)welt besser machen – und jedes Team mindestens eine Frau braucht

- 66 **PRETTY BUSY** Ob Homeoffice oder zurück im Büro – Upgrades für den Arbeitsalltag
- 70 **PRÄDIKAT WERTVOLL** Rianna + Nina setzen auf einmaliges Design. Und engen Kontakt zu ihren Fans
- 74 **KUNST-BOTSCHAFT** Mit Contemporary And (C&) schaffen Julia Grosse und Yvette Mutumba ein globales Art-Netzwerk
- 118 **EINE NEUE GENERATION** Alicia Lindner über Werte und Herausforderungen als Börlind-Geschäftsführerin

## Living

- 203 **SANFTE SIRENE** Warum wir uns jetzt auf der Kykladen-Insel Syros (neu) in Griechenland verlieben
- 212 **THE POWER OF LOVE** Glückliche Paare sind besonders herzliche Gastgeber. Hoteliers von Apulien bis Ibiza, die ihre Lebensfreude mit ihren Gästen teilen
- 216 **FLAVOUR PAIRING** Verblüffende Verbindungen: Vereint man in der Küche scheinbar gegensätzliche Aromen, entsteht ein Geschmacksfeuerwerk
- 218 **DESIGN NEWS** Da geht noch mehr! Wohn-Hacks von multifunktional bis epochal

- 26 **IMPRESSUM**
- 30 **EDITORIAL**
- 220 **VOGUE PINNWAND**
- 222 **VOGUE HOROSKOP** und alles über den Widder



**BAR REFAELI**  
by Chen Man

# HUBLLOT



## BIG BANG UNICO

Gehäuse aus Saphir besetzt mit  
Diamanten. Automatikwerk.  
Limitierte Auflage von 200 Exemplaren.



**HUBLLOT**  
BOUTIQUES

BERLIN • FRANKFURT • MUNICH

hublot.com • f • t • i

VOGUE erscheint in der Condé Nast Germany GmbH  
Oskar-von-Miller-Ring 20, 80333 München  
Telefon (0 89) 3 81 04-0  
mail@condenast.de, www.condenast.de  
info@vogue.de, www.vogue.de

**Chief Creative Director**  
**STEPHANIE NEUREUTER**

**Redaktion**

<b>Stellvertretender Chefredakteur</b>	ROBERT EMICH
<b>Art Director</b>	ALEXANDRA FREUND
<b>Director of Photography/Managing Editor</b>	SUSANNE NIESSEN
<b>Fashion</b>	NICOLA KNELS (Fashion Director), CLAUDIA BERAN (Accessoires), MAXIMILIAN AUFSCHNAITER, YVONNE WIGGER
<b>Beauty/Health</b>	STEPHANIE NEUREUTER (Beauty Director), NICOLA VIDIC (Senior Beauty Editor), BETTINA SAHIN
<b>Kultur</b>	BERND SKUPIN
<b>Design</b>	KATHARINA HESEDENZ
<b>Features</b>	DENNIS BRAATZ (Fashion Feature Director), LEA EGERER
<b>Bildredaktion</b>	BIRGITT GREIM, ANDREA VOLLMER, CINDY NGUYEN (Ass.)
<b>Grafik</b>	HEDDA MAISCH, AMELIE HACKAUFF, SÔNIA DA SILVA SEIDL (Ass.)
<b>Dokumentation und Schlussredaktion</b>	CLAUDIA ROSENBERGER (Ltg.)
<b>Desktop-Publishing</b>	LISA SCHMAUS
<b>Assistenz Chefredaktion</b>	BETTINA GAUSS
<b>Fashion-Service</b>	ANASTASIA SCHEEL
<b>MitarbeiterInnen dieser Ausgabe</b>	SOPHIE HASLBERGER, ALEXANDER MENDEN, MICHALIS PANTELOURIS (Editorial Consultant), MARIANNE VON WALDENFELS, LEKTORNET GMBH
<b>AutorInnen dieser Ausgabe</b>	ALEXANDRA BONDI DE ANTONI, KEMI FATOBA, BEAU FRIEDLANDER, KIRSTEN HANSER, RITA KOHLMAIER (Special Features Editor), DAGMAR LEISCHOW, EVA MUNZ, ANTONIA QUIRKE, ELISABETH VON THURN UND TAXIS, KATA WÉBER, ZOE WILLIAMS
<b>FotografInnen dieser Ausgabe</b>	CAMILLA ARMBRUST, BROOKLYN BECKHAM, NIKOLAI VON BISMARCK, MARIA GRAZIA CHIURI, LIZ COLLINS, BOBBY DOHERTY, VERONICA ETRO, MICHAEL KORS, ANDREAS KRONTHALER, THEBE MAGUGU, DANIEL ROSEBERRY, TIMOTHY SCHAUMBURG, YANNICK SCHÜTTE, VENETIA SCOTT, GUINEVERE VAN SEENUS, GIAMPAOLO SGURA, JENS UTZT, JENNY ZARINS, MATTHIAS ZIEGLER
<b>Illustrationen</b>	ALBER ELBAZ, BERTHOLD REISS
<b>StylistInnen dieser Ausgabe</b>	MIGUEL ARNAU, CHRISTIANE ARP, FRANKIE BOYD (Make-up), SORAYA DAYANI, MICHAEL PHILOUZE, VENETIA SCOTT
<b>Korrespondenzbüros</b>	
<b>Büro Mailand</b>	PAOLA DORPINGHAUS, Tel. (0039-02) 29 00 07 18, p.dorpinghaus@condenast.it
<b>Büro Paris</b>	SABINE HARKE, Tel. (0033-1) 53 43 69 66, sabine.harke@condenast-europe.com
<b>Büro New York</b>	CHRISTINA SCHUHBECK, Tel. (001-212) 630 49 80, christina_schuhbeck@condenast.com
<b>Syndication</b>	syndication@condenast.de
<b>Redaktion VOGUE.de</b>	LENA SÄMANN (Ltg. Mode), ANN-KATHRIN RIEDL (Mode), BEATRICE GRAF (Ltg. Beauty), ESTELLE MEYER (Senior Social Media Editor), SHARON BURBAT (Lead Digital Growth + Commerce), CAROLINA VON CANAL, ANNE LUNDKVIST, MARIA HUNSTIG (Network Editor), MIRIAM NEHRING (Senior Editor), ELISA BERGER (Leitung Bild), TEREZA MUNDILOVÁ (Bild), LISA NEHRKORN (Übersetzungen)
<b>Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt</b>	STEPHANIE NEUREUTER

**Abonnenten-Betreuung** Deutschland und Ausland ohne Schweiz:  
VOGUE Leserservice, Condé Nast Kundenservice, 20080 Hamburg,  
Telefon: +49 (0) 89-12140820, E-Mail: abo@vogue.de.  
Preis für Jahresabonnement (9 Ausgaben): 72,- € (D), 72,- € (AUT).  
Restliches Ausland auf Anfrage. Schweiz: VOGUE Leserservice, Postfach,  
6002 Luzern, Tel. (+41) 3292244, E-Mail: vogue@leserservice.ch.  
Preis für Jahresabonnement (9 Ausgaben): 114,- sfr.  
VOGUE (German) (USPS no 0023822) is published by Condé Nast Germany.  
Known Office of Publication: Data Media (A division of Cover-All Computer Services Corp.),  
2221 Kenmore Avenue, Suite 106, Buffalo, NY 14207-1306. Periodicals postage  
is paid at Buffalo, NY 14205. Postmaster: Send address changes to Vogue (German),  
Data Media, P.O. Box 155, Buffalo, NY 14205-0155,  
E-Mail: service@roltek.com. Toll free: 1-877-776-5835



Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 42 vom 1. Januar 2021. Alle Rechte vorbehalten.  
Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind  
urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist  
eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar.  
Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung  
übernommen. ISSN-Nr. 0176-6104. Fortsetzung auf Seite 28 und 220

Beim Druck dieses Produkts wurde  
durch den innovativen Einsatz der  
Kraft-Wärme-Kopplung im Vergleich  
zum herkömmlichen Energieeinsatz  
bis zu 52% weniger CO<sub>2</sub> emittiert.  
Dr. Schorb, ifeu, Institut



**narciso rodriguez**

Der neue Damenduft for her



# VOGUE

VOGUE  
erscheint in der  
Condé Nast Germany GmbH  
Oskar-von-Miller-Ring 20, 80333 München  
Telefon (0 89) 3 81 04-0  
mail@condenast.de, www.condenast.de  
www.vogue.de

## Anzeigen/Vermarktung

**Brand Hub** ANDREA LATTEN, Germany Commercial Country Lead  
(verantwortlich für Anzeigen)

andrea.latten@condenast.de, Tel. -276

SANDRA HEMING, Product Manager

sandra.heming@condenast.de, Tel. -542

MANINA POHLER, Senior Product Manager

manina.pohler@condenast.de, Tel. -587

ALINA WÜST, Product Manager

alina.wuest@condenast.de, Tel. -377

KLARA WURZER-KÖCK, Senior Product Manager Digital

klara.wurzer-koeck@condenast.de, Tel. -513

**Sales** SUSANNE PFEIFFER, Executive Director B2B Sales (interim)

susanne.pfeiffer@condenast.de, Tel. -621

**Creative Studio** SUSANNE JUNGBLUTH, Executive Director Creative Solutions

susanne.jungbluth@condenast.de, Tel. -373

**Advertising Operations** KATHARINA SCHUMM, Executive Director Commercial Management,

Ad & Marketing Service

katharina.schumm@condenast.de, Tel. -135

PETRA WÜNSCHE, Advertising Manager VOGUE,

petra.wuensche@condenast.de, Tel. -422

## Vertrieb

ALIMA LONGATTI, Executive Director B2C Sales

alima.longatti@condenast.de, Tel. -301

**Einzelverkauf** MZV GmbH & Co. KG, Karsten Reissner (Bereichsleitung)

## Herstellung

LARS REINECKE, Leiter Herstellung

**Druck** Mohn Media, Mohndruck GmbH,

Carl-Bertelsmann-Straße 161 M, 33311 Gütersloh

**Digitale Vorstufe** CLX Europe S.p.A., Via dell'Artigianato Nr. 8/a, 37135 Verona/Italien

## Unternehmenskommunikation/PR

LAURA SODANO, PR Manager

laura.sodano@condenast.de, Tel. -503

## Finanzen

ROLAND RIEDESSER, Finanzdirektor

## CEO

**JESSICA PEPPEL-SCHULZ**



VERSACE





**D**ie Liebe. Unendlich machtvoll, ewig rätselhaft. Wie gut es doch tut, Menschen, die uns am Herzen liegen, zu umarmen und festzuhalten. Nach den vergangenen Monaten ist die Sehnsucht danach riesengroß. Aber wie funktioniert echte Berührung in einer Zeit, in der körperliche Nähe Abstand und Distanz weichen muss? Was bedeutet Liebe jetzt gerade für uns alle? Wir haben uns mit diesem Heft auf Spurensuche nach ihren verschiedenen Formen begeben. Dabei geht es unter anderem um Leidenschaft, Empathie und seelische Verbundenheit. Wie bei Maria Grazia Chiuri, eine der DesignerInnen, die für VOGUE einen Menschen, der ihr besonders am Herzen liegt, modisch und fotografisch in Szene gesetzt hat (S. 154). Es geht um Wertschätzung und Hingabe, tiefe Emotionen, die Silvia Venturini Fendi und Kim Jones gemeinsam Großartiges erschaffen lassen (S. 196). „Im Zusammenspiel von Menschen entsteht Neues“, erklärt auch unsere Expertin Dr. Nina Gillmann. Team-

work sei das, was letztendlich den Erfolg ausmache (S. 62). Denn auch beruflich gibt uns ein Gegenüber, das uns nimmt, wie wir sind, und unterstützt, festen Halt. Doch die Liebe ist auch eine Suche nach uns selbst. Wie (lebens)wichtig es ist, sich zu lieben, erforschen wir auf Seite 108. „Für die Welt bist du irgendjemand, aber für irgendjemand bist du die Welt“, formulierte der österreichische Lyriker Erich Fried so treffend. Nie war die Liebe wichtiger als genau jetzt. Ein Heft über diese magische Kraft, die alles zusammenhält.

*Uwe Sophie Neureuter*

Stephanie Neureuter, Chief Creative Director



HERMÈS  
PARIS

Speedway  
1400 S

ONE  
WAY  
→

Die Entdeckungsreise  
der Faubourg



**GUINEVERE VAN SEENUS, KIRSTEN OWEN, CHRISTINA KRUSE & MICHAEL PHILOUZE**

In einen neuen Ort verliebt man sich schnell, vor allem New York City macht es einem einfach. Doch was bringt einen dazu, sich hier niederzulassen? Richtig, die Menschen! Model Guinevere van Seenus griff für ihre Liebeserklärung an New York City und all die Freunde, die diese Stadt so lebenswert machen, selbst zur Kamera (*Guinevere & Friends*, S. 136).



**TIMOTHY SCHAUMBURG**

Action im Green Room: Für *Show Time* (S. 122) erschuf der Berliner Fotograf gemeinsam mit dem derzeit sehr gefragten Nachwuchsmodel Dija Kallon und VOGUE-Moderedakteur Maximilian Aufschneider eine Traumwelt voller fabelhafter Fashion, die Lust macht auf mehr.



**BERTHOLD REISS** Die grafischen Arbeiten des Wahlmünchener verbinden die unmittelbare Aussage des Piktogramms – einer so modernen wie uralten Form, die bis zu den Hieroglyphen zurückreicht – mit der Reflexion über den Bruch zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Auch sein Widder (s. *Horoskop* S. 222) ist genauso antik wie modern.

**DESIGNERINNEN UND DESIGNER**

haben für diese Ausgabe eine Person ihrer Wahl modisch und fotografisch inszeniert. So wählte etwa Maria Grazia Chiuri ihre Tochter Rachele Regini, Daniel Roseberry seine Muse Maggie Maurer, Andreas Kronthaler seine Frau Vivienne Westwood und Veronica Etro die Schauspielerin Miriam Leone. Victoria Beckham machte gleich eine Familienangelegenheit aus der Anfrage: Sie ließ Sohn Brooklyn seine Verlobte Nicola Anne Peltz fotografieren. *Plus-One* (S. 154).



Text: Dennis Braatz, Lea Egerer, Michalis Pantelouris; Fotos: Guinevere van Seenus (1), Timothy Schaumburg (1), Sophia Maimka (1), Getty Images (7)



# TIFFANY & Co.

THE LEADER IN DIAMOND TRACEABILITY



LUISA CERANO®  
LC

[WWW.LUISACERANO.COM](http://WWW.LUISACERANO.COM)

FLAGSHIP STORES MUNICH DUSSELDORF  
BERLIN LONDON PARIS NEW YORK MOSCOW PRAG KIEV HONGKONG SHANGHAI

### FAMILIENSACHE

Das Mutter-Tochter-Duo Bernadette und Charlotte De Geyter steckt hinter dem Label Bernadette.

In Antwerpen entwerfen sie die schönsten Roben für ein andauerndes Sommergefühl.

Von links: Kleid „Lisa“, 335 €, Kleid „Chloe“, 595 €.



**BODENHAFTUNG** Die Leidenschaft für Sneakers brachte die Brands Superga und Dsquared2 für eine Capsule Collection zusammen. Modell oben: 195 €/Paar.



## VOGUE FAVORITEN

Fabelhafte Frauen, innovative Kollektionen und Fashion-Teamwork

**FARBENFROH** „My Move“ heißen die neuen Armbänder von Messika – die wohl schönsten Arm-Candies für warme Tage. Erhältlich in verschiedenen Farben, mit Diamanten besetzt oder ohne. Von Messika, ab 990 €. Lesen Sie das Interview mit Gründerin Valérie Messika auf [VOGUE.de](http://VOGUE.de).

### ESSENTIELL

Die Kollektionen der Londoner Designerin Rejina Pyo verkörpern entspannte Eleganz mit dem gewissen modernen Etwas. Für & Other Stories hat die Designerin die optimale Frühlingsgarderobe entworfen. Kleid links: 180 €.



**IMPRESSIONEN** Junge KünstlerInnen aus China verarbeiten Themen wie Selbstwahrnehmung, Einsamkeit und alltägliche Lebensweisen in ihren Fotografien. „About Us – Young Photography in China“, Hirmer Verlag, 39,90 €.



**UPCYCLING-COUTURE** Die aktuelle Kollektion von Lacoste wurde aus Vintagestücken, bereits vorhandenen Stoffen und archivierten Teilen kreiert – veredelt wurde sie mit Stickereien der Haute-Couture-Experten von Maison Lemarié (hier: Sweatshirt, 750 €, Turtleneck, 170 €, Shorts, 320 €). Exklusiv über The Store Berlin.



**GOLDRICHTIG** Je größer, desto besser! Louis Vuitton setzt diesen Frühling auf wuchtigen Schmuck mit eingraviertem Monogramm. Hier: Kette „LV Edge“, 1600 €.

Mit seinem Podcast „Othertone“ lädt Pharrell Williams ein, Gesprächen u. a. mit Stacey Abrams oder Bill Nye zu lauschen.

**FÜR IMMER DEIN ...**  
Das Outfit für den wohl wichtigsten Tag im Leben kommt diese Saison von Simone Rocha x Mytheresa, Rich Mnisi oder Cult Gaia (v. l.).



Fotos: Liang Xu (1), Ricardo Simal (1), Aaron Feaver (1); alle Preise unverbindlich



## PIONIERIN

Wie Marina Rinaldi seit 40 Jahren Mode ab Größe 40 entwirft und damit der Zeit lange voraus war

**L**ynne Webber, Managing Director bei Marina Rinaldi, über ihre Vision und die wichtigsten Werte des Labels.

**Wer war Marina Rinaldi?** Sie war die Urgroßmutter des Gründers und beschäftigte bereits um 1850 in ihrem Atelier nur Frauen, um sie zu stärken und ihnen finanzielle Unabhängigkeit zu ermöglichen. Sie verkörpert unsere Philosophie wie keine andere. **Viele Modehäuser erweitern ihre Größenauswahl. Was denken Sie darüber?** Das ist der richtige Ansatz. Es ist aber ein Mythos, dass man Kollektionen, die bei Größe 34 beginnen, schlicht „größer“ machen kann. Der ganze Schnitt muss geändert werden. **Wie sieht die Zukunft für Marina Rinaldi aus?** Wir sind unserer Mission, Frauen ab Größe 40 für alle Lebenslagen mit Premiumqualität auszustatten, treu geblieben. Wir nehmen das Feedback unserer KundInnen sehr ernst und gehen auf ihre Wünsche ein. Es ist wichtig, dass wir dort weitermachen. LE



*Lesen Sie das komplette Interview mit Lynne Webber auf VOGUE.de.*



**BACK TO BASICS** Die Tochter von Salvatore Ferragamo entwarf in den 1990ern das Vorbild für die nun neu aufgelegte „Earth Top Handle“. Sie ist nachhaltig aus zertifiziertem Kork hergestellt und auf 500 Stück limitiert.



### SORBET-SAISON

Ist der Winter denn jetzt vorbei und der sonnige Frühling schon da? Kleiner Tipp: Gehen Sie beim ersten Bummel durch den Park oder zum Eisessen auf Nummer sicher, und packen Sie das Sweatshirt aus der VOGUE Collection ein. 129 €.



### MEISTERKLASSE

Topmodel und Umweltaktivistin Amber Valletta hat mit Karl Lagerfeld nachhaltige Accessoires entworfen. Herzstück der 10-teiligen Kollektion: die „K/Kushion Bag“ aus Kaktusleder, inspiriert von Karls Reisekissen. Ab 8. April über Karl.com und Zalando.de.



LOVE IS  
A WINDOW



A window to our soul, pupils dilate by up to 45% when gazing at a loved one.

**BUCHERER**  
FINE JEWELLERY

Discover the Power of Love at [bucherer.com](http://bucherer.com)

# ENVOGUE

JACQUEMUS

FENDI HAUTE COUTURE

DIOR

OLIVIER THEYSKENS

GIAMBATTISTA VALLI

ALBERTA FERRETTI

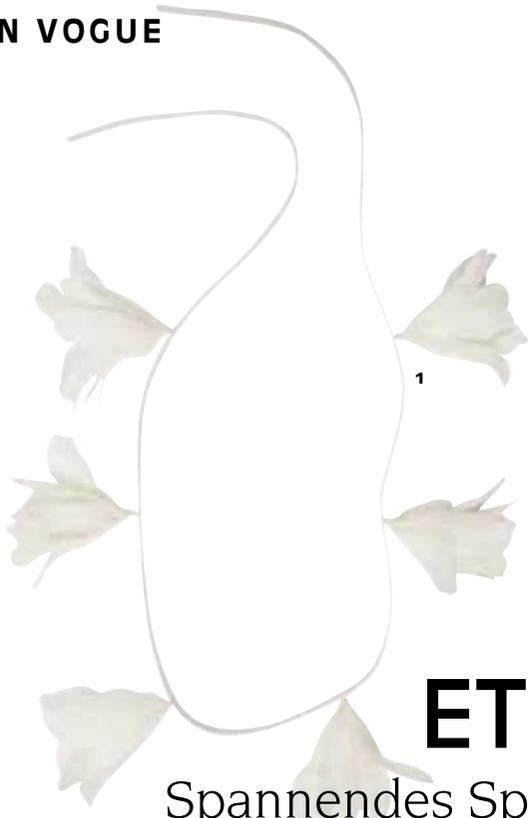
CHANEL HAUTE COUTURE

VIKTOR & ROLF

ZIMMERMANN

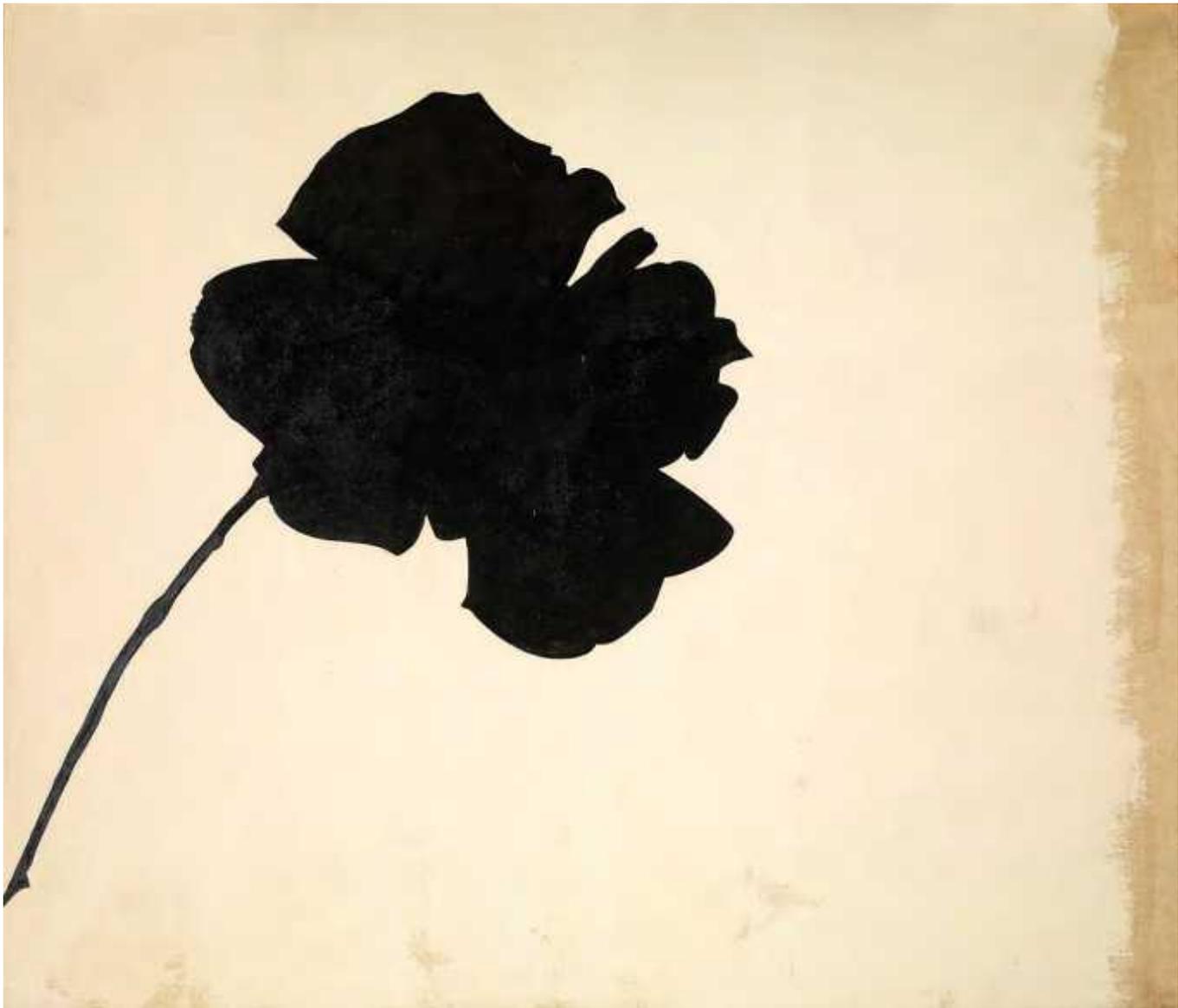
## TRUE ROMANCE

Zarte Spitze, kostbare Seide,  
feiner Tüll: traumhafte  
Brautkleider vom Runway



# ETERNAL FLAME

Spannendes Spiel der Gegensätze oder monochrom?  
Modelieblinge und Schmuckstücke für immer





PRADA



4



5



6



7



8



9



10



BURBERRY

Redaktion: Claudia Beran; Fotos: Courtesy of Prada (1), Courtesy of Burberry (1); alle Preise unverbindlich

- 1 Halskette mit Federblüten. Von **JIL SANDER**, 750 €. 2 Ohrclips „Susi“. Von **BALENCIAGA**, 550 €.
- 3 Sandalette „Bijoux“ aus Kalbsleder. Von **GIANVITO ROSSI**, 690 €.
- 4 Tasche „Diordouble“ aus Kalbsleder. Von **CHRISTIAN DIOR**, 2700 €. 5 Doppelter Haarreif mit Zierperlen und Kristallen. Von **MIU MIU**, 490 €. 6 Mit Kristallen bestickter Kittenheel. Von **JIL SANDER**, 2500 €. 7 Ohr- ringe in Herzform. Von **ISABEL MARANT**, 250 €. 8 Tasche „Cruiser“ aus Kalbsleder. Von **LOUIS VUITTON**, 2350 €. 9 „Lee Radziwill Nano Bag“ aus Kalbsleder. Von **TORY BURCH**, 385 €.
- 10 Slingpumps aus Leder mit Horsebit-Detail. Von **GUCCI**, 690 €.

**MARINE SERRE** Nachdem die Designerin ihren ersten Job bei Balenciaga ergattert hat, zieht sie gemeinsam mit ihrem Freund Pepijn van Eeden von Brüssel, wo sie beide studierten – sie Mode, er Politik –, nach Paris. Serre gewinnt dort wenig später den LVMH-Nachwuchspreis 2017, van Eeden kümmert sich um das Business ihrer Marke.



**ERDEM MORALIOGLU** Der Innenarchitekt Philip Joseph hat bereits zu Studienzeiten das Herz des Designers gestohlen. Nicht ganz unpraktisch: Joseph übernahm das Design für den Store in London und verpasste auch dem gemeinsamen Heim ein Upgrade: Entspannt wird seitdem in einer japanischen Hinoki-Holzbadewanne.



## FASHION IN LOVE

Wir lieben ihre It-Bags, Looks und Stil-DNA. Doch wer lässt eigentlich die Herzen der DesignerInnen höherschlagen?

### SIMON PORTE JACQUEMUS

Ob gemeinsames Töpfern, Dinner mit Freundinnen, Sonntage am Pool – der Designer genießt die Lockdown-Tage im Süden Frankreichs. Immer an seiner Seite ist dabei Marco Maestri, Leiter einer Digitalagentur in Paris. Seit September sind die beiden außerdem stolze Papas von Dackel Toutou.



**REJINA PYO** traf ihren Mann, den irischen Koch Jordan Bourke, ganz oldschool in einer Londoner Bar. Seitdem ist viel passiert: Sohn Luka kam auf die Welt, auf Reisen in Rejinas Heimat Korea brachte Pyos Mutter Bourke die lokale Küche näher, woraus das gemeinsame Kochbuch „Our Korean Kitchen“ entstand.



Fotos: Emily White, Wai Lin Tse, Jacquemus via Instagram, Getty Images



**CASEY CADWALLADER** Wenn der Kreativchef des französischen Modehauses Mugler und sein Ehemann, der New Yorker Künstler John Miserendino, eine Pause vom Pariser Trubel brauchen, suchen sie Zuflucht in der Natur, ob beim Wandern, Skifahren oder Surfen – Hauptsache, raus!



**ISABEL MARANT** lernte ihren Ehemann Jérôme Dreyfuss, der ebenfalls Designer ist, vor fast 25 Jahren bei einem französischen Fernsehsender kennen. Rund sieben Jahre später kam Sohn Tal auf die Welt, mit dem sie regelmäßig ihre Wochenenden rund 70 Kilometer von Paris entfernt auf dem Land in Fontainebleau verbringen.



**VIRGIL ABLOH** ging vor seiner High-school-Liebe Shannon am Flughafen in Chicago spontan auf die Knie, als sie ihn dort für eine seiner Reisen absetzte. Für die Hochzeit überließ er der Braut das kreative Zepter. Inzwischen sind die beiden zwölf Jahre verheiratet, und Tochter Lowe und Sohn Grey haben das Licht der Welt erblickt.

**RICK OWENS** und seine Frau Michèle Lamy sind vielleicht das schillerndste Paar der Modebranche. Der fast 20 Jahre jüngere Designer traf die Französin, als er bei ihrem damaligen Label in Los Angeles als Schnittmacher zu arbeiten begann – bald darauf wurde daraus die Modemarke Rick Owens. Heute arbeiten die beiden an dem Label und jeglichen Projekten gemeinsam.



**DITTE REFFSTRUP** und Ehemann Nicolaj stecken hinter dem dänischen Erfolgslabel Ganni. Mit ihren drei Kindern Betty Lou, 10, Jens Otto, 8, und Rita Sophie, 3, leben sie in ihrem Haus in Kopenhagen, das sie mit derselben Designphilosophie einrichteten, wie sie auch ihre Brand angehen: „Wir möchten zeigen, dass der Scandi-Style auch bunt sein kann!“



**SANDRA SANDOR** gründete 2006 das Label Nanushka. Rund zehn Jahre später stieg ihr Lebenspartner Peter Baldaszi als CEO ein, gründete die Vanguard Group und kaufte das italienische Label Sunnei. So bauen sich die beiden von Budapest aus ihr eigenes Modeimperium auf. Zwischen all der Arbeit finden sie (jedenfalls prä-Corona) trotzdem Zeit für gemeinsame Trips nach New York oder Bali.





# WIR SAGEN JA

... zu weißen Taschen: vier Modelle von klassisch-schlicht bis feminin-verspielt



1 „Fabienne“ aus Leder. Von **MEGGY K. MUNICH**, 440 €. 2 Geflochtene „Devotion“ aus Leder mit Logoschließe in Herzform. Von **DOLCE & GABBANA**. 3 Aus Leder mit Krokoprägung. Von **EMPORIO ARMANI**, 130 €. 4 „Moonlight“ aus Leder mit Plexiglasrahmen in Schildpattoptik. Von **FENDI**, 1550 €.

Redaktion: Claudia Beran; Fotos: Yu Tsaï/contour RA by Getty Images (1); alle Preise unverbindlich



# MEIN SCHATZ

Weißgold, Rotgold oder Gelbgold mit  
Diamanten: Eheringe für die Ewigkeit

- 1 Rotgoldring „Joy“ mit Diamanten. Von **BUCHERER**, 2200 €. 2 Weißgoldring „Iconica“ mit Diamanten. Von **POMELLATO**, 5100 €.  
3 Ring „Ice Cube Pure“ aus Gelbgold mit Diamanten. Von **CHOPARD**, 1800 €. 4 Weißgoldring mit Diamanten. Von **DINH VAN**, 1800 €. 5 Gelbgoldener Ring „Epi“. Von **LOUIS VUITTON**, 1230 €. 6 „Trinity“-Ring aus Gelb-, Rosé- und Weißgold. Von **CARTIER**, 960 €. 7 Gelbgoldring mit Diamanten. Von **DJULA**. 8 „Tourbillon“-Ring aus Weiß- und Gelbgold mit Diamanten. Von **DELFINA DELETTREZ**. 9 Platinring mit Diamanten im Herzschliff. Von **GRAFF**. 10 Ring aus Gelbgold mit Diamanten. Von **SPINELLI KILCOLLIN**, 3800 €. 11 Ring aus Platin und Gelbgold mit Diamanten. Von **JEAN SCHLUMBERGER FOR TIFFANY & CO.**, 11 500 €. 12 Roségoldring mit Diamantsolitär. Von **JOCHEN POHL**. 13 Diamantring „Petit Jeté“ aus Weißgold. Von **HERMÈS**, 7650 €. 14 Ring „Tresse“ aus Roségold mit Diamanten. Von **POIRAY**, 3750 €. 15 „Cable“-Ring aus Gelbgold. Von **DAVID YURMAN**, ges. bei Farfetch.com, 700 €. 16 Bandring „Flambeuse d'Amour“ aus Gelbgold mit Diamanten. Von **MAUBOUSSIN**, 2125 €. 17 Diamantbesetzter Ring aus Rosewood-Gold. Von **NIESSING**, 2120 €. 18 Weißgoldring „Perlée“. Von **VAN CLEEF & ARPELS**, 1230 €.



TAMARA COMOLLI  
FINE JEWELRY

# VOGUE

# B U S I N E S S

## COVER- STARS

Schön seriös:  
Trenchcoats  
und Blazer auf  
Erfolgskurs



Trenchcoat aus wasserdichter  
Baumwolle, um 850 €, von  
**HERNO**. Darunter ein Oversize-  
Hemd, um 580 €, wie die Hose,  
um 430 €, aus Baumwolle, von  
**ODEEH**. Schuhe: **AEYDE**. Bag:  
**GIORGIO ARMANI**. Armreif:  
**GOLDSCHMIEDE BÖCKING**.  
Ballpen: **MONTBLANC**. Holz-  
stuhl „Stella“, um 600 €, von  
**FREIFRAU MANUFATUR**.





Diese Seite: XL-Blazer, um 980 €, Bluse aus Seide mit Baumwolle, um 450 €, und weite Leinen-Baumwoll-Shorts mit Hosenträgern, um 420 €, von **ISABEL MARANT**. Gürtel: **DRIES VAN NOTEN**. Creolen (auch auf folgenden Seiten): **NINA KASTENS**. Linke Seite: Leinen-Baumwoll-Blazer, um 450 €, von **LUISA CERANO**. Kaschmirtop, um 790 €, und Wollcrêpehose mit Gürtel, um 1050 €, von **RALPH LAUREN COLLECTION**. Slipper: **CHURCH'S**. Ohrhänger: **HERMÈS**.



Diese Seite: Trench von **HERNO** (s. a. Seite 47). Schwarze Ledertasche, um 550 €, von **AIGNER**. Armbanduhr, um 16 400 €, von **OMEGA**. Roségold-armreif und -ring, um 13 290 und 4860 €, von **GOLDSCHMIEDE BÖCKING**. Ballpen: **MONTBLANC**. Schuhe rechts (v. o. im Uhrzeigersinn): Slingback mit kleinem Absatz, um 750 €, von **PRADA**. Lederslider, um 450 €, von **GAUCHERE**. Slingback mit hohem Absatz, um 275 €, von **AEYDE**. Schnürschuh und Lederloafer, je um 590 €, von **CHURCH'S**. In der Mitte: Pantolette aus geflochtenem Leder, um 165 €, von **MICHAEL MICHAEL KORS**.

Rechte Seite: Ensemble aus Hemd und Hose, um 380 und 230 €, von **MARC CAIN**. Armreif: **GOLDSCHMIEDE BÖCKING**. Ledertasche: **HIERONYMUS**.





Diese Seite: Wärmflasche, um 130 £, von **THE BEAUTY SLEEPER**. Sculpture Pen, ab 2800 sFr., von **HIERONYMUS**. iPad-Hülle, um 760 €, von **MONTBLANC**. Brillenrahmen, um 275 €, von **TOM FORD EYEWEAR**. Kamm, um 62 €, von **SPREKENHUS**. Lipbalm „Le Rouge Baume No. 8“, um 36 €, von **GIVENCHY**. Haarband mit Labelprint, um 190 €, von **CELINE BY HEDI SLIMANE**. Portemonnaie, um 70 €, von **LIEBESKIND**.  
Rechte Seite: Trenchcoat aus Biobaumwolle, um 995 €, von **PATOU**. Blazer und Hose, um 695 und 1275 €, von **STELLA MCCARTNEY**. Slipper: **HERMÈS**.







Diese Seite: Denimblazer und -hose, um 90 und 100 €, von **COMMA**. Gürtel: **DRIES VAN NOTEN**. Tanktop: **SCHIESSER**. Sandaletten: **JIL SANDER**. Ohringe: **PRADA**. Linke Seite: Ledertasche „Cousin PM“, um 2600 €, von **LOUIS VUITTON**.



Diese Seite: Gestreiftes Hemd aus Baumwollpopeline, um 1290 €, von **BRUNELLO CUCINELLI**. Kaschmirtop, um 790 €, von **RALPH LAUREN COLLECTION**. Ring mit Mondsteincabochon: **JOCHEN POHL**. Cabin Trolleys, um 380 bzw. 480 €, von **FLOYD**. Rechte Seite: Ledermantel, um 960 €, von **MARINA RINALDI**. Pullunder, um 90 €, von **RICH & ROYAL**. Seidenbluse mit Schluppe darunter, um 1090 €, und Ballerinas von **CELINE BY HEDI SLIMANE**. Jeans, um 200 €, von **LUISA SPAGNOLI**. Gürtel: **A.P.C.**, ges. bei Matchesfashion.com.  
 Model: Rachel Marx. Frisuren und Make-up: Eva Dieckhoff. Casting: Roxane Dia. Modeassistentz: Anastasia Scheel.



# FIRST LADY

Roula Khalaf ist die erste Chefredakteurin der „Financial Times“. Die Nahost-Expertin steht für Werte und Wandel

**R**oula Khalaf betritt ihr Büro und wirkt, als sei sie sowohl für einen Einsatz im Kriegsgebiet als auch für eine Einladung auf dem Landsitz des britischen Premierministers passend gekleidet. Voriges Jahr übernahm sie als erste Frau in der damals 132-jährigen Geschichte das Ruder der legendären *Financial Times*. „Für mich ist das die natürlichste Entwicklung. Ich war wirklich schockiert, dass es so stark von der Presse aufgegriffen wurde“, erklärt sie.

Ihr Büro ist schlicht eingerichtet, der Schreibtisch penibel geordnet, der einzige überladene Ort ist ein Regal mit Auszeichnungen. Riesige Glaswände geben den Blick auf London frei, die Stadt, die diese Zeitung schon vor Jahrzehnten zu ihrer Bibel gemacht hat.

Seit Beginn der Krise zeichnet die *FT* einen nie dagewesenen Zuwachs an LeserInnen und AbonnentInnen. Roula Khalaf hat begleitend 24/7-Liveblogs eingeführt und die besten WirtschaftsexpertInnen beauftragt, täglich zu beschreiben, wie das Virus unsere Welt verändert. Völliges Neuland, aber Khalaf hat bewiesen, dass sie dieser Herausforderung mehr als gewachsen ist.

Ihren Aufstieg fand sie etwas ungewöhnlich: „Es war früher so: Wenn du stellvertretende Chefredakteurin warst, wurdest du niemals Chefredakteurin. Als ich 2016 den Job als Stellvertreterin bei der *FT* annahm, sagte ein lieber Kollege zu mir: „Das ist der größte Fehler, den du je begehen wirst.““

Schon als Stellvertreterin änderte sie den Kurs der *FT*. Sie ließ den „JanetBot“ entwickeln, ein Programm, das Bilder auf der Website analysiert, um eine ausgewogene Berichterstattung über Frauen zu gewährleisten. Und den „She Said He Said“-Bot, der sicher-

stellt, dass in den Beiträgen der *FT* verschiedenste Stimmen zu Wort kommen (vorher stammten nur 21 Prozent der Zitate von Frauen).

Das war nur Teil einer breiteren Diversity-Mission. „Ich glaube, alle sind wirklich an Bord. Alle unsere JournalistInnen denken sehr genau nach. Ich sehe viel Veränderung. Inwieweit die Außenwelt den Wandel erkennt? Das müssen wir noch herausfinden.“

Politik und Finanzen waren für Khalaf schon immer vertrautes Terrain. Ihr Vater war zu Beginn des Bürgerkriegs im Libanon kurzzeitig Wirtschaftsminister. Sie wuchs in Beirut auf, mit Blick auf das berühmte Hotel „Le Comodore“. Das Leben der KorrespondentInnen

hat sie fasziniert. „Es schien so geheimnisvoll und aufregend. Das war es, was mich für den Journalismus begeistert hat.“

Heute genießt sie es, in London zu leben. „Ich wollte, dass meine Kinder in einem sicheren Umfeld aufwachsen“, erklärt sie. Sie hat zwei Söhne, einer geht noch zur Schule, der andere hat die Uni abgeschlossen. „Ich würde meinen Job nicht als glamourös bezeichnen“, sagt sie. „Erfüllend, faszinierend und spannend. Aber wir arbeiten hier sehr unangenehm und professionell. Wie schon immer.“ Die Welt da draußen wirkt wie das Gegenteil zur heiter-abgeklärten Atmosphäre in Khalafs Büro. Der Journalismus muss sich neuen Herausforderungen stellen. „Die größte Bedrohung ist fehlendes Vertrauen. Nicht einmal Qualitätsjournalismus wird geglaubt. Manchmal vertrauen die Menschen lieber Fake News als echten Nachrichten. Das ist ein ziemlich großes Problem. Aber der Kampf ist nicht verloren. Man muss dranbleiben. Man muss kämpfen.“

ZOE WILLIAMS

„Ich denke, die größte Bedrohung ist das fehlende Vertrauen“



Roula Khalaf hier in Jackett und Hose von Max Mara. Bluse: Winser London.



PETER PÜTZ JEWELLERY

COLOGNE

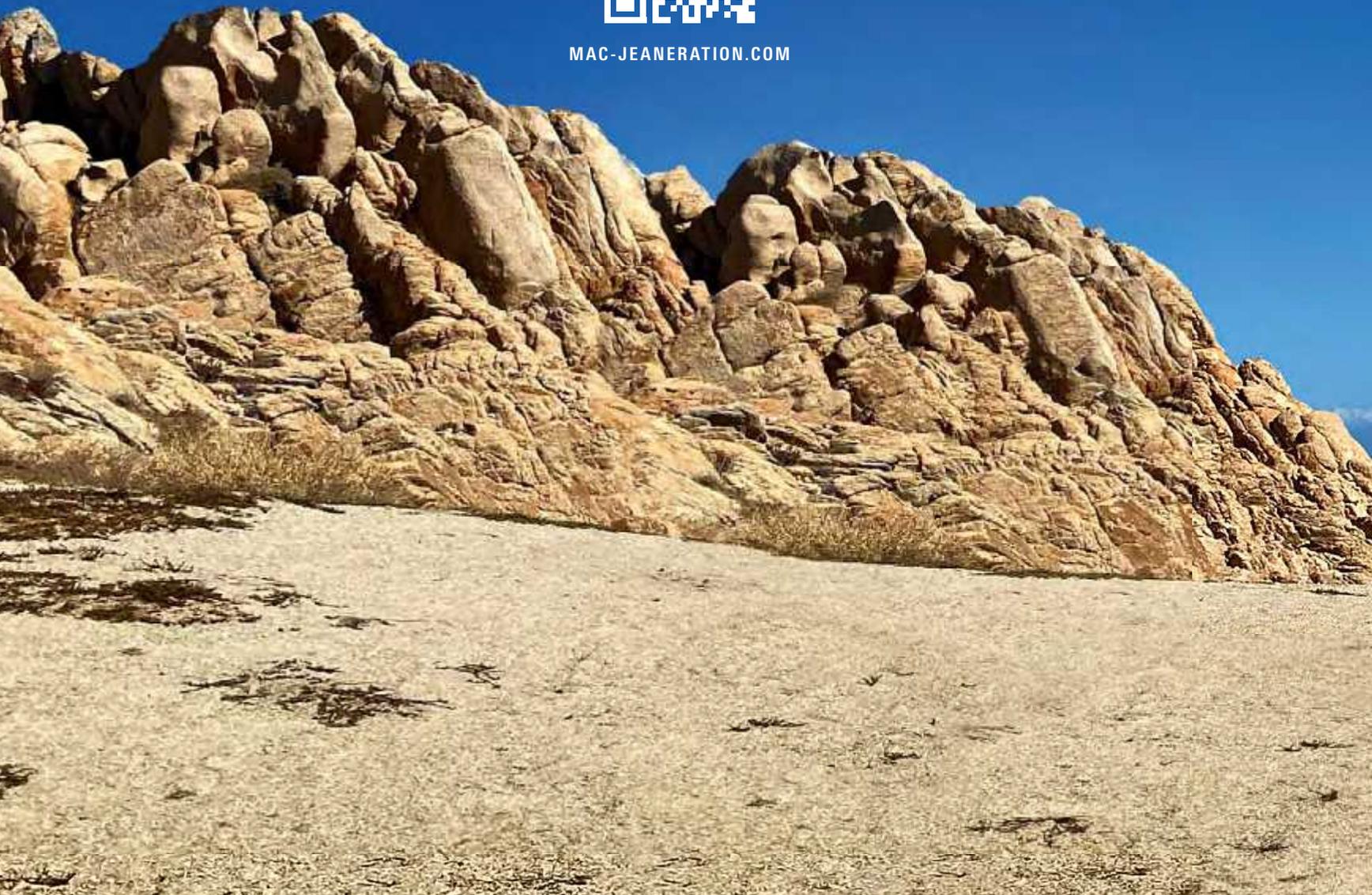
[peterpuetz.com](http://peterpuetz.com)

# IT'S BETTER TOGETHER

THE STORY BEHIND



[MAC-JEANERATION.COM](http://MAC-JEANERATION.COM)



# MAC

## JEAN'ERATION



# VOM ICH ZUM WIR

Warum Doppelspitzen, Jobsharing und unterschiedliche Perspektiven unsere (Arbeits)welt besser machen – und jedes Team mindestens eine Frau braucht

**A**ls Miuccia Prada vor etwas über einem Jahr Raf Simons zu ihrem Co-Creative Director bei Prada machte, sorgte das für großes Staunen. Es handelte sich nicht um einen der üblichen Wechsel an der Designspitze eines namhaften Modehauses, sondern um deren Erweiterung. Eine der wichtigsten ModedesignerInnen der Gegenwart holt sich einen Mitstreiter an die Seite, um mit ihm zusammen die kreative Vision ihres Familienunternehmens weiterzuentwickeln. Kann man zwei Meinungen, zwei starke Designhandschriften, zwei gesunde Egos in einer Kollektion vereinen? Zwei Saisons später sagen wir: Man kann. Pradas Schritt war ein mutiger. Und wie so oft lag die Designerin damit am Puls der Zeit.

Die Welt um uns herum scheint immer häufiger von starken Duos geprägt zu sein – besonders mit weiblicher Beteiligung. In der deutschen Politik beobachten wir das etwa an den Parteispitzen: Bei den Grünen bilden Annalena Baerbock und Robert Habeck seit 2018 ein Vorzeigedeam, auch die SPD hat mit Saskia Esken und Norbert Walter-Borjans seit mehr als einem Jahr einen Zweivorsitz, und Die Linke wählte mit Janine Wissler und Susanne Hennig-Wellsow soeben sogar zwei Frauen an ihre Spitze. In den USA inszenieren sich derweil Präsident Joe Biden und Vizepräsidentin Kamala Harris demonstrativ als Team. Sind die Zeiten der Alleingänge in den Machtpositionen dieser Welt vielleicht bald passé?

In der Wirtschaft ist das eher nicht der Fall. Führungsduos finden sich hier bisher vor allem im Start-up-Bereich, an der Spitze von Großkonzernen tatsächlich selten. Dass das so ist, hat vor allem strukturelle Gründe und basiert auf unserem ego- und leistungsbezogenen Wirtschaftssystem, glaubt Elly Oldenbourg, die seit über 16 Jahren im Marketing und Vertrieb internationaler Unternehmen arbeitet, mehr als neun davon als Managerin bei Google. „Wir haben gelernt, dass das Ich und die Leistung das Wichtigste sind. Ein ganzheitliches Denken, nicht nur bezogen auf die eigene Karriere, sondern auf das große Ganze, ein ‚Wen muss ich hier noch miteinbeziehen, um zu guten Ergebnissen zu kommen?‘ – das kultivieren wir nicht, und das sieht unser Wirtschaftssystem auch nicht wirklich vor“, sagt sie. Nebenbei ist Oldenbourg als Coach, Autorin und Sprecherin tätig und gibt dabei besonders „New Work“-Themen eine kluge Stimme. Sie selbst begann vor einigen Jahren, ihr bisheriges Arbeits(zeit)modell zu analysieren und sich profunde Fragen darüber zu stellen, wie sie ihrer Zeit am besten Wert geben könnte. Um alles, was sie neben ihrer Festanstellung noch leisten wollte – Mutter, Freundin und

Tochter sein, ihrer Selbstständigkeit und ehrenamtlichen Engagements nachgehen –, reduzierte sie bei Google schließlich auf eine Dreitagewoche – und stieß auf das Konzept des Jobsharings. Ähnlich wie Prada und Simons teilt man sich dabei eine Aufgabe, das Modell basiert jedoch auf Teilzeitarbeit, also: Zwei oder mehr ArbeitnehmerInnen teilen mindestens einen Vollzeit Arbeitsplatz flexibel unter sich auf, das kann bis zum gemeinsamen E-Mail-Postfach reichen. „Vom Ich zum Wir“, das fordert dem Karriere-Ego einiges an Umdenken ab. Man muss etwa Entscheidungen mittragen, die man selbst anders gefällt hätte, oder akzeptieren, dass bei wichtigen Meetings eben manchmal „nur“ der oder die andere dabei ist. Oldenbourg entschied sich für diesen Weg und hat in den vergangenen vier Jahren bei Google in zwei Jobtandems gearbeitet. „Jobsharing ist ein wunderbarer Hebel, dieses tiefgreifende kooperative Denken und Arbeiten im jetzigen System zu kultivieren“, sagt sie.

„Eins und eins ist größer als zwei! Im Zusammenspiel von Menschen entsteht Neues“

DR. NINA GILLMANN

Auch Dr. Nina Gillmann ist von diesem Ansatz überzeugt. Die Volkswirtin und vierfache Mutter arbeitete zwölf Jahre als Beraterin bei McKinsey&Company in Deutschland und New York, bevor sie 2020 die Firma Twise mitbegründete. Diese hat sich dem Ziel verschrieben, mehr Frauen, vor allem auch mehr Mütter, in Führungspositionen zu bringen. Denn immer noch schaffen es nur wenige Frauen ins Topmanagement, obwohl der Anteil an hochqualifizierten Frauen zu Beginn der Karriere ungefähr gleich hoch ist wie bei den Männern (etwa die Hälfte aller Uni-AbsolventInnen in Deutschland ist weiblich).

Der Grund dafür ist oft die sogenannte Teilzeitfalle. Twises Mittel dagegen? Die Vermittlung von Jobsharing-Partnerschaften. Damit Frauen, die – zum Beispiel aufgrund einer Mutterschaft – Stunden reduzieren wollen oder vor dem beruflichen Wiedereinstieg stehen, ihre hochrangigen Posten halten oder wiederaufnehmen können, vermittelt Twise ganz gezielt Tandempartnerinnen.

Ein geteilter Job erhöht die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben, KritikerInnen unterstellen dem Modell jedoch große Kom- →



plexität und mehr Abstimmungsaufwand. Sowohl Oldenbourg als auch Gillmann halten das schlicht für Vorurteile, vielerorts fehle lediglich der Wille zu entsprechenden Prozessveränderungen. „Wir wissen aus der Praxis, dass auch die Ebene über einem Tandem entlastet wird, wenn dieses gut zusammenarbeitet. Die Qualität der Endprodukte ist viel besser – denn ihre Ergebnisse sind schon im permanenten Sparring entstanden“, sagt Gillmann. „Das ist wie bei einer Liebesbeziehung. Eins und eins ist nicht nur zwei, sondern größer als zwei! Im Zusammenspiel von Menschen entsteht Neues. Das passiert eher selten, wenn man allein am Schreibtisch sitzt und sich denkt: Jetzt bin ich mal innovativ.“

Doch was bringt Menschen dazu, gut zusammenzuarbeiten, wann ist man ein gutes „Match“? Twise nutzt für die Zusammenstellung passender Tandems einen patentierten Algorithmus des niederländischen Unternehmens Pure Matching. Dieser beruht auf dem Persönlichkeitsmodell Hexaco. Es ordnet Persönlichkeiten mit Hilfe von Fragebögen auf Skalen von sechs Dimensionen ein: Ehrlichkeit/Bescheidenheit, Emotionalität, Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Erfahrungen. Die Werte werden gewichtet und auf zwei Achsen verglichen, daraus ergibt sich ein Matching-Score, der aussagen soll, ob man gut miteinander arbeiten kann.

## „Stellen wir uns doch mal vor, die ganze Welt würde in Jobsharing funktionieren!“

ELLY OLDENBOURG

Gillmann hat mit der Vermittlung von Jobtandems über den Algorithmus positive Erfahrungen gemacht. Für sie ist vor allem die Fairness im Recruiting ein entscheidender Vorteil. Unconscious Bias, also unbewusste Voreingenommenheiten, und dadurch auftauchende Diskriminierungen aufgrund von Aussehen, Stimme, Geschlecht und Ähnlichem werden durch die Auswahl per Algorithmus minimiert. „In 90 Prozent der Fälle sind die KundInnen total begeistert von KandidatInnen, die sie eigentlich abgelehnt hätten, denen sie aber aufgrund eines hohen Matching-Scores doch eine Chance geboten haben. Es gibt tolle Geschichten von Arbeitspartnerschaften, die auf den ersten Blick total unwahrscheinlich klingen, weil wir es gewohnt sind, Gleichheit mit Harmonie zu verwechseln“, sagt Gillmann. „Historisch gesehen ist die Recruiting-Praxis immer stark darauf ausgerichtet gewesen, durch Ähnlichkeit bekannte Erfolgsmuster zu wiederholen. Mangels anderer Inputparameter sucht man sich für kritische Aufgaben im eigenen Umfeld jemanden, der einem selbst ähnelt. Das ist nicht unbedingt bewusste Vetternwirtschaft, sondern ein ganz normaler menschlicher Reflex.“

Um diesen Kreislauf zu durchbrechen und blinde Flecken zu vermeiden, ist es wichtig, in Jobpartnerschaften und generell in Teams eine möglichst diverse Bandbreite an Perspektiven zusammenzubringen. Davon ist auch Elly Oldenbourg überzeugt: „Stellen wir uns doch mal vor, die ganze Welt in Politik und Wirtschaft würde in Job-

sharing funktionieren, wie anders würde diese Welt aussehen? Und zwar zusammengesetzt aus Menschen mit wirklich verschiedenen Hintergründen in Bezug auf Alter, Geschlecht, ethnische Herkunft, Religion, sexuelle Orientierung. Wie viel weitblickender würden wir Entscheidungen treffen für eine Welt, die eben nicht nur aus Thomassen besteht, sondern bunt ist?“

Das Center for Collective Intelligence an der US-Spitzenuniversität MIT beschäftigt sich schon lange mit der Frage der kollektiven Intelligenz, also damit, wie und warum Menschen zusammen intelligenter entscheiden als allein. In einer Studie wurden hier schon vor mehr als zehn Jahren drei Hauptgründe herausgestellt, warum manche Teams besser funktionieren als andere: Je höher die durchschnittliche soziale Sensibilität der Gruppenmitglieder, das Ausmaß, in dem die Gespräche der Gruppe nicht von einigen wenigen Mitgliedern dominiert wurden, und der Anteil an Frauen in der Gruppe sind, desto erfolgreicher waren sie.

Nina Gillmann erklärt das so: „Wir Frauen haben tendenziell eine höher ausgeprägte soziale Intelligenz als Männer. Die ist genau der Schmierstoff, warum gemischte Teams besser performen als homogene. Nur wenn es jemand gibt, der in der Lage ist, durch Empathie Spannungen aufzuspüren und intelligent zu adressieren, können alle Meinungen und Perspektiven auch gehört werden. Und erst dann können Teams von der Perspektivenvielfalt profitieren. Der erwünschte Synergieeffekt durch Teamarbeit – also das Phänomen, dass das Ergebnis einer Teamzusammenarbeit besser ist als die Summe der Einzelsummanden – ist am größten, wenn im Team mindestens ein sozial begnadetes Wesen integriert ist.“

Bei sozialer Intelligenz geht es um das Lesen von Mimik, das Aufspüren von Unzufriedenheiten, dem, was laut Gillmann „der Durchschnitts-Udo nicht sieht“. Ist das auch der Grund, warum Doppelspitzen in der deutschen Wirtschaft bisher so selten lange funktioniert haben? Sowohl bei Daimler, bei Thyssenkrupp, E.On und SAP gab es Ende der 1990er, Anfang der 2000er Jahre Führungsduos, die aber nur zwei bis drei Jahre hielten. Sie alle waren rein männlich zusammengesetzt. Im Oktober 2019 wurde Jennifer Morgan zur ersten Frau an der Spitze eines Dax-Unternehmens und stand zusammen mit Christian Klein dem Softwarekonzern SAP vor. Nach nur sechs Monaten verließ sie das Unternehmen wieder – es soll Differenzen innerhalb der Doppelspitze gegeben haben.

Das Beispiel zeigt, dass bei aller Wissenschaft, aller Forschung ein Faktor immer schwer zu kalkulieren bleibt: die zwischenmenschliche Chemie. „Das ist eigentlich das letzte Fragezeichen, ähnlich wie bei der Frage, warum wir uns verlieben. Wenn mein Mann und ich unseren Matching-Algorithmus ausfüllen, dann kommt heraus, dass wir ziemlich weit auseinanderliegen – wir sollten wohl auf keinen Fall zusammenarbeiten. Und trotzdem sind wir seit 17 Jahren glücklich verheiratet.“

Pure Matching ist hingegen überzeugt, dass sein Algorithmus auch auf Liebesbeziehungen anwendbar ist, und startet in den Niederlanden nun eine Dating-App namens „Magnolia“.

Eines lässt sich auf jeden Fall festhalten: Zusammen sind wir nicht nur weniger allein. Zusammen sind wir besser.

oppo

Angesagt: das neue  
OPPO Find X3 Pro 5G

## Das perfekte digitale IT-Piece



Find X3 Neo 5G



Find X3 Lite 5G

Neue Saison - neue Trends! Neben schicken Fashion-Klassikern und coolen Accessoires braucht man zum eigenen Look auch das passende digitale IT-Piece. Das brandneue OPPO Find X3 Pro 5G ist der angesagte Fashion-Partner. Mit hohem Coolness-Faktor, edlem Design und aufregenden Premium-Features macht es den eigenen Style perfekt.

Ob lässiges Casual-Outfit oder eleganter Auftritt - das OPPO Find X3 Pro 5G ist immer das Highlight, egal welcher Look. Schon auf den ersten Blick inspiriert es mit stromlinienförmigem Design, geschwungener Oberfläche und einer exklusiven Glasrückseite. Maßgeschneidert für gehobene Ansprüche schmiegt sich das schlanke und überraschend leicht designte IT-Meisterstück sanft in die Hand. Die hochwertige Glasrückseite fließt nahtlos in das Vulkandesign der Vierfachkamera über - ein echter Eyecatcher!



### Farbe neu erleben

Farbe wird mit dem OPPO Find X3 Pro 5G zum Erlebnis. Die Duo-Hauptkamera fängt mehr als 1 Milliarde Farben und jedes Detail gestochen scharf ein. Farbmilliardär ist auch der Bildschirm: Auf dem superscharfen, dynamischen 120 Hertz Display mit brillanter Auflösung sowie opulenter Farbwiedergabe wird jede Aufnahme und jeder Clip zum Magic Moment.

Der neueste Snapdragon Prozessor von Qualcomm sorgt für satte Leistung, blitzschnelle 5G Geschwindigkeit und ein ausgezeichnetes Nutzererlebnis bei allen Anwendungen. Um dabei stets durch den Tag zu kommen, bietet der Akku eine lange Laufzeit und lässt sich zudem in nur 35 Minuten wieder voll aufladen! Möglich wird das Schnellladen durch die Super VOOC-Technologie von OPPO. Selbstverständlich kann auch kabellos per Air VOOC aufgeladen werden.

Das schicke OPPO Find X3 Pro 5G wurde entworfen für den exklusiven Style von OPPO, dem heißen In-Designer der Smartphone-Welt. Das neue Spitzen-Modell ist für 1.149 Euro (UVP) in Gloss Black und Blue erhältlich. Auch als Find X3 Neo 5G (799 Euro UVP) und Find X3 Lite 5G (449 Euro UVP) verfügbar.

[www.oppo.com/de](http://www.oppo.com/de)



# PRETTY BUSY

Ob Homeoffice oder zurück im Büro – Upgrades für den Arbeitsalltag





11



12



13

Der Mann ist die Norm – warum und wo erklärt das Buch „Das Patriarchat der Dinge“ von Rebekka Endler.

AB 12. 4., DUMONT VERLAG, 22 €.



14



15

1 Das erste Mal seit 152 Jahren wurde der „Brut Impérial“ neu gestaltet – von Yoon Ahn von Ambush. Von **MOËT & CHANDON**, limitiert, 750 ml 50 €. 2 Messenger Bag „Bradshaw“. Von **MICHAEL MICHAEL KORS**, 325 €. 3 Vergoldete AirPod-Kette. Von **TAPPER**, 80 €. 4 Aufbewahrungsbox, erhältlich in verschiedenen Größen und Farben. Von **HAY**, ab 6 €. 5 Grußkarten von **HIERONYMUS**, ab 16 €. 6 Handgelenk-Gewichte für das Home Workout. Von **BALA**, ges. bei Luisaviaroma.com, 60 €. 7 Füllfederhalter „Le Petit Prince LeGrand“. Von **MONTBLANC**, 800 €. 8 Perfekt für die Tour zum Büro oder für Besorgungen in der Mittagspause: die „Vespa 946 Christian Dior“ plus Helm, Top Case und „Dior Book Tote“, 2300 €. Von **DIOR**. 9 Schützt die Haut vor digitaler Hautalterung: „Blue Light Protection + Hydration Mist“. Von **ONE OCEAN**, ges. bei Niche-Beauty.com, 100 ml 58 €. 10 Der optimale Back-to-office-Look: Jeans, 340 €, Tanktop, 85 €, Blazer, 515 €, und Mules, 300 €. Von **FRAME**. 11 Autobiografie von Kamala Harris: „Der Wahrheit verpflichtet“. **SIEDLER VERLAG**, 22 €. 12 Leinenhemd. Von **WITH NOTHING UNDERNEATH**, 95 €. 13 Sonnenbrille. Von **PRADA**, exkl. über Sunglass Hut, 300 €. 14 Bluetooth-Lautsprecher für die After-Work-Tunes. Von **MARSHALL**, 350 €. 15 „Les Creoles Chiquito“ aus Rohgold. Von **JACQUEMUS**, 170 €.



Neu

## Flower Power, die beruhigt.

Die unglaubliche Kraft der Pflanzen ist seit über 50 Jahren die Essenz unserer Kosmetik. Unser neues Beruhigendes Tagesfluid besänftigt gerötete, empfindliche Haut und schenkt ihr Schutz für den Tag. Wertvolle Auszüge aus Rose, Borretsch und Frauenmantel sorgen für ein ebenmäßiges Hautbild.



„Stan Smith, Forever“.  
Die nachhaltige  
Neuaufgabe des  
Sneaker-Klassikers ist  
zeitlos und sorgt  
ganz nebenbei auch  
noch für ein  
gutes Gewissen.

## COMEBACK EINES KULT-SNEAKERS

Unter der Prämisse „End Plastic Waste“ wird der Kult-Sneaker  
„Stan Smith“ von adidas zum nachhaltigen Must-have



**GRÜNER TWIST** Tennislegende Stan Smith verlieh diesem Schuh einst Kultstatus. adidas Originals lanciert den legendären Sneaker jetzt in drei nachhaltigen Varianten. Die ersten beiden Modelle der Kollektion bestehen aus weißem Primegreen-Obermaterial, das auf einer weißen, recycelten Außensohle platziert ist. Goldene Ösen, grüne Fersenlaschen sowie eine vom Planeten Erde inspirierte, aufgedruckte Stickerei runden den Look ab. Komplettiert wird das Trio durch ein Modell mit weißem, recyceltem Primegreen-Obermaterial, das durch die typische grüne Fersenlasche ergänzt wird und auf einer recycelten Gummilaufsohle sitzt. Damit ist der „Stan Smith, Forever“ ein echter Meilenstein auf dem Weg im Kampf gegen Plastikmüll.

**P**lastikmüll ist ein großes Problem in der Fashion-Industrie. adidas zum Beispiel braucht für seine Produkte viel Polyester. Hier setzt die Marke an und verwendet immer mehr recyceltes Material. „End Plastic Waste“ lautet das Credo, das in eine bessere Fashion-Zukunft führen soll. Ökologische Innovationen und neue Wege sollen die Plastikflut stoppen und die Ozeane schützen. Im Jahr 2020 bestand bereits mehr als die Hälfte des für adidas-Produkte verwendeten Polyesters aus recyceltem Plastikmüll. Ab 2024 will die Marke ausschließlich recyceltes Polyester in ihren Produkten verwenden. Ein hochgestecktes, aber wahnsinnig wichtiges Ziel. Ein Meilenstein ist die nachhaltige Version des Kult-Sneakers „Stan Smith“. Sein zeitloses Design blieb über ein halbes Jahrhundert lang im Wesentlichen unverändert. Jetzt heißt es: Time for Change! adidas Originals bricht in ein neues Modezeitalter auf. Der „Stan Smith, Forever“ wird in drei nachhaltigen Varianten lanciert. Fans können sich freuen, denn der Look bleibt gleich, das Material wird umweltfreundlicher. Eine Reihe recycelter Hochleistungsmaterialien namens Primegreen bringen den Schuh auf ein neues, nachhaltiges Level. Gerade jetzt, wo viele Menschen auf der Suche nach zeitlosem und beständigem Design sind, ist die Vorliebe für Klassiker stärker denn je. Da kommt die umweltfreundliche Version des Kult-Sneakers genau richtig. Toller Clou: Der Schuh passt zu vielen Looks – von casual bis chic –, und ist somit doppelt nachhaltig. Erhältlich ab dem 25. März 2021 unter: [adidas.de/stan-smith](https://adidas.de/stan-smith)





# PRÄDIKAT WERTVOLL

Rianna + Nina  
setzen auf einmaliges  
Design. Und engen  
Kontakt zu ihren Fans

**E**inen Tag bei Rianna Kounou und Nina Knaudt zu verbringen ist ein bisschen so, als würde man von Freunden zu deren sehr herzlicher Familie mitgenommen. Und gleichzeitig wie der Besuch eines perfekt sortierten Antiquitätenbasars. Dass die beiden Labelgründerinnen sich vor sieben Jahren auf einer Berliner Vintage-möbelmesse kennenlernten, hätte man sich nicht besser ausdenken können. Schon kurz nach diesem Treffen eröffneten Kounou und Knaudt ihre erste Boutique – ohne langfristigen Businessplan, finanzielles Back-up oder sonstige Sicherheiten.

In ihrem Laden haben sich Rianna + Nina mit den einzigartigen Kleidern, Kimonos und Handtaschen, die Kounou aus farbenfrohen Vintagetüchern und -tischdecken fertigt, ihre erste Fangemeinde aufgebaut. Seitdem ist viel passiert – ihre „Einfach mal machen“-Mentalität und ihre Begeisterung für Qualität, tolle Stoffe, Prints und Unikate abseits vom Massenmarkt ist unverändert. Heute gibt es von Rianna + Nina neben exklusiven Einzelstücken eine Ready-to-wear-Kollektion, das Label ist weltweit bei renommierten Topstores wie Moda Operandi, Matchesfashion oder Bergdorf Goodman vertreten und stattet Celebrities wie Jared Leto aus.

Und auch die aktuelle Wirtschaftslage meistern sie mit Bravour: Als Kounou und Knaudt klar wurde, dass das Einzelhandelsgeschäft coronabedingt schwieriger werden würde, bauten sie kurzerhand ihren Direktvertrieb aus. Ein Relaunch des Onlinestores, eine neue Social-Media-Strategie und die Erweiterung ihres Teams um fünf auf nun insgesamt 14 MitarbeiterInnen sorgten dafür, dass sie das Jahr 2020 mit einem ordentlichen Umsatzplus abschließen konnten. „Durch die Krise mussten wir uns noch mehr darauf besinnen,

**FARBENVERLIEBTES DREAMTEAM** Während Rianna Kounou das Kreative verantwortet, kümmert sich Nina Knaudt ums Geschäftliche (v.l.).

wer wir sind und wen wir ansprechen möchten“, sagt Knaudt. „Wir sehen uns als Brand so klar wie nie zuvor.“ Das liegt zu einem großen Teil an dem direkten Austausch mit ihren KundInnen. Von der finnischen Sciencefiction-Autorin bis zur venezolanischen Großinvestorin schicken diese ihnen regelmäßig begeisterte Videos per Whatsapp, wenn neue Bestellungen eintreffen. Nicht umsonst fällt immer wieder der Begriff der „Rianna-und-Nina-Familie“.

## „Durch die Krise mussten wir uns noch mehr darauf besinnen, wer wir sind“

Im Atelier und Büro von Rianna + Nina in der Berliner Torstraße arbeiten hauptsächlich Frauen. Sie sind verschiedensten Alters, darunter viele Mütter, nicht alle sprechen Deutsch. „Ich finde es gut, wenn man sich unterstützt“, sagt Kounou dazu schlicht. Schlagworte wie Female Empowerment fallen hier nicht, ebenso wenig zum Thema Nachhaltigkeit. „Wir identifizieren uns nicht mit dem Wort Upcycling, aber eigentlich ist es genau das, was Rianna schon immer gemacht hat“, erklärt Knaudt. Authentizität ist noch so ein vielgebrauchtes Schlagwort. Den beiden Modeunternehmerinnen möchte man es bedingungslos zusprechen.

MARIA HUNSTIG

Mehr über die Welt von Rianna + Nina erfahren Sie in der ersten Folge unserer neuen VOGUE-Business-Videoreihe. Jetzt unter [Youtube.com/VOGUE.de](https://www.youtube.com/VOGUE.de).

# NESPRESSO®

## RE-RE-RECYCLEBAR.



**Recycling? Können wir. Und Sie auch!  
Entsorgen Sie Ihre Kapseln einfach samt Kaffeesatz  
in der Gelben Tonne, in Ihrer Nespresso Boutique  
oder bei Ihrer Wertstoffsammelstelle.**

**#RecycleWithNespresso**

Jetzt mehr erfahren auf [Nespresso.com](https://www.nespresso.com)





SHOP.VOGUE.DE

**VOGUE**  
COLLECTION



## KUNST-BOTSCHAFT

Mit Contemporary And (C&) schaffen Julia Grosse und Yvette Mutumba ein globales Art-Netzwerk

**Z**ehn Jahre harter Arbeit bedarf es angeblich, bis MusikerInnen oder SchauspielerInnen über Nacht berühmt werden. Ähnliches gilt offenbar für die vielen Initiativen, die auf unterschiedlichsten Gebieten für mehr Diversität oder an der Auflösung kolonialistischer Geschichtsbilder, postkolonialer Strukturen und eurozentristischer Sichtweisen arbeiten. Es ist schon so lange so viel da – und wurde so wenig wahrgenommen. Inzwischen scheint sich das zu ändern. Eine besonders innovative, spannende und komplexe Initiative im Bereich Kunst haben Julia Grosse und Yvette Mutumba bereits 2013 mit Contemporary And (C&) gestartet. Jetzt erhielten sie dafür den Preis als Europäische Kulturmanagerinnen des Jahres 2020.

Beide sind Kunsthistorikerinnen, wobei Mutumba aus dem kuratorischen und musealen Bereich kommt, während Grosse als Kunstkritikerin und Autorin unter anderem von London aus für die *taz* oder die *FAS* arbeitete.

Mit *Contemporary And Magazine* gründeten sie ein zunächst vorwiegend online aktives Medium, das eine eklatante Leerstelle in der Wahrnehmung von Kunst füllt: die Repräsentation der vielfältigen Kunstszene des afrikanischen Kontinents und seiner globalen Diaspora. Sie und ihr Team suchten dafür AutorInnen aus den lokalen Szenen. „Uns war von Anfang an klar, dass es nur Sinn macht, mit Leuten zu kooperieren, die im lokalen Kontext arbeiten“, erklärt Yvette Mutumba. Und sie fährt fort: „Das sind auch keine Expatrie-ReporterInnen, sondern Menschen, die dort lange leben, vielleicht auch aufgewachsen sind, die die Szenen kennen und dadurch ein viel tieferes Wissen haben. Das unterscheidet uns von anderen Magazi-

**MÖGLICHMACHERINNEN** Für ihre Arbeit wurden Julia Grosse und Yvette Mutumba (v.l.) als Europäische Kulturmanagerinnen 2020 ausgezeichnet.

nen und Kulturplattformen. Die Inhalte kommen aus diesem Netzwerk und spiegeln sich auch genau so in dem, was dann online oder in unseren Offlineprojekten zu lesen und zu sehen ist.“ Julia Grosse ergänzt: „Durch dieses Netzwerk haben wir Rezensionen aus Accra, Kairo oder São Paulo. Denn uns hat etwas gefehlt in Magazinen, die stets aus den üblichen ‚Kunstwelt-Orten‘ berichten, Paris, London, New York... Es existiert eine globale Kunstproduktion, diese Stimmen gibt es, warum finden sie in den Kunstmedien nicht statt? Das war unsere Motivation: Dann müssen wir es selbst machen.“

Mittlerweile hat C& LeserInnen in über 120 Ländern, 2018 kam *C& América Latina Magazine* dazu, das vor allem indigene und Schwarze Kunstproduktion in Lateinamerika und der Karibik thematisiert. Es gibt Mentoring-Programme, Schreibwerkstätten, physische Präsenz von C& auf Biennalen und Messen oder in Kunstakademien. „Wir sind nicht mehr nur allein ein Kunstmagazin“, sagt Grosse, „wir sind eine Plattform geworden. Wir nennen es manchmal unseren C&-Kosmos.“

Zudem hat man nach wie vor von jedem Computer, Smartphone oder Tablet aus Zugang. Und der führt nicht nur in vielfältige und vielschichtige Kunstwelten, sondern auch mitten in die Diskussion über offenen und versteckten Rassismus in der Kunst, und er stellt auch den eigenen Blick auf Kunstwerke und auf scheinbare Gewissheiten in Frage. Es lohnt sich.

BERND SKUPIN

Mehr Informationen und die Artikel von C& stehen auf [Contemporaryand.com](http://Contemporaryand.com).

„Die Stimmen gibt es, warum finden sie in Kunstmedien nicht statt?“

# GIORGIO ARMANI

Cate Blanchett



the new  
eau de parfum  
intense



armani.beauty.com

# Si

# AD

Neue Arbeitskultur  
selbstbewusst gestalten:  
ad-magazin/newwork



# N ew w ork

Foto: COFF Sitzmöbel

ARCHITECTURAL DIGEST. Stil, Design, Kunst & Architektur

# K U L T U R

**JUNGE MEISTERIN** Nadine Ijewere gilt als eine der progressivsten und poetischsten aktuellen Fotografinnen. Jetzt sind ihre Bilder (hier aus der Strecke „Super Natural“ in der britischen *VOCUE*, 2021) in Berlin zu sehen. Mehr auf den folgenden Seiten.

Die Highlights aus  
Fotografie,  
Musik &  
Literatur  
im April

# DIE ANDERS-DENKERIN

Nadine Ijewere zeigt in ihren Fotografien die Menschen in ihrer ganzen Schönheit

**N**adine Ijewere ist die Vorreiterin einer neuen Generation von Kreativen. Durch ihre einzigartige Bildsprache zeigt die Fotografin, dass Mode Spaß macht und Schönheit vielfältig ist – ganz abseits von eurozentrischen Normen. Alles geht, nichts muss. Ijewere macht sich nicht viel aus alten Regeln, sie schreibt lieber ihre eigenen. Nun zeigt die 28-jährige Britin ihre erste institutionelle Einzelausstellung im C/O Berlin.

**Sie zeigen Ihre erste Soloausstellung in Berlin.**

**Wie sah der Prozess aus?**

Die KuratorInnen waren sehr offen dafür, wie ich meine Arbeit präsentiere. Als KünstlerIn entwickelt man sich ständig weiter. Es war mir wichtig, meine aktuellen Werke zu zeigen, denn vor vier Jahren war ich noch ein anderer Mensch. Ich beschäftige mich viel mit Identität und Kultur und möchte niemanden falsch darstellen. Es ist einfach, die Linie zur Missinterpretation zu überschreiten, weshalb ich sehr verantwortungsbewusst sein muss. Das kann stressig sein. Aber andererseits schätze ich diesen Prozess, weil ich dadurch positive Bilder schaffen kann.

**Welche Fragen stellen sich, wenn Sie in vor allem weißen Räumen ausstellen?**

**STATEMENT-FOTOS** 1 Aus einer Strecke für „Rouge Fashion Book“, 2019. 2 „Seashell“, 2017, aus der Strecke „Ugly“ für VOGUE Italia. 3 „Fashion Swirl“, 2019, aus der Strecke „Haut“ für VOGUE Ukraine. 4 Fotografiert für „Rouge Fashion Book“, 2019. 5 Aus der Strecke „Family Values“, US-VOGUE, 2020.



Mir ist es wichtig, eng mit den KuratorInnen zusammenzuarbeiten, um zu verstehen, warum sie ausgerechnet meine Arbeiten zeigen möchten. Um sicherzustellen, dass es ihnen nicht nur ums Kästchenankreuzen geht, stelle ich Fragen wie: Was reizt Sie an meiner Arbeit? Worum geht es? Ich möchte sicherstellen, dass Schwarze KünstlerInnen für ihre Arbeit geliebt, gezeigt und repräsentiert werden, um ihre Geschichten zu teilen und nicht, weil sie gerade „trendy“ sind. Auf der anderen Seite ist es auch wichtig, in diese „prestigeträchtigen“ Räume zu gehen, weil so Vielfalt und Repräsentation gefördert werden. Wenn ich das Privileg habe, Zugang zu diesen Räumen zu erhalten, warum sollte ich dann nicht die Türen für andere öffnen?

**Wie begann Ihre Karriere als Fotografin?**

Als ich anfing, gab es in der Mode und in der Werbung kaum Leute, die so aussahen wie ich. Ich bin zwischen unglaublichen Frauen aufgewachsen, die alle unterschiedliche Hautfarben, Haartypen und Merkmale hatten, die in der Modebranche als „Unvollkommenheiten“ gesehen wurden. Also fing ich an, meine FreundInnen zu fotografieren. Ich wollte einen Raum schaffen, um diese Menschen, diese

„Es kam vor, dass ich gefragt wurde, ob ich nur Schwarze Menschen fotografiere“

Frauen, zu feiern und Realitäten zu zeigen, die nicht zum Mainstream gehören. Bei Mode geht es darum, sich in der eigenen Individualität auszudrücken. Warum sollte es nur einen Look geben?

**Wird Ihre Arbeit oft als Aktivismus gelesen?**

Es kam vor, dass ich in Meetings gefragt wurde, ob ich nur Schwarze Menschen fotogra-

friere, und ich fand das jedes Mal seltsam. Ich würde gern in erster Linie als Künstlerin gesehen werden. Es ist fast so, als würden alle Schwarzen Kreativen in diese Schublade gesteckt, so als wären wir alle gleich. Wir haben unsere eigene Identität als KünstlerInnen, wir erzählen unsere individuellen Geschichten. Wenn ich eine weiße Fotografin wäre, würden mich diese Leute fragen, ob ich Schwarze →



Foto: Nadine Jewere

Menschen fotografieren könnte? Würden sie mich fragen, ob ich Asia-TInnen fotografieren könnte? Nein, sie würden mich als Fotografin sehen. Ich fotografiere Menschen, und das ist mein Talent. Ich möchte zeigen, was für mich echt ist. Selbst wenn ich für den Rest meiner Karriere ausschließlich Schwarze Menschen fotografieren würde, würde das immer noch nur eine winzige Anzahl von People of Color ergeben, die man in Publikationen sieht. Der Großteil ist immer noch weiß. Wenn ich jüngere Generationen dazu inspirieren kann, sich in diesen Magazinen zu sehen, dann werde ich das tun.

**Fühlen Sie sich dieser Generation gegenüber verantwortlich?**

Ich denke, viele von uns wissen nicht, wie weit unsere Arbeit reicht und wie viele Menschen sehen, was wir tun. Zu zeigen, dass es möglich ist, in diesen Räumen zu existieren und die eigene Geschichte zu erzählen, ist meine Verantwortung. Ich weiß, dass viele Menschen in der Schwarzen Community nicht einmal daran denken, dass sie als StylistIn, MaskenbildnerIn oder Fotografin Karriere machen könnten. Es gibt immer noch so wenige von uns, und ich möchte alle ermutigen, ihre eigenen Geschichten zu erzählen. Darum geht es. Es ist ein Raum

„Ich möchte alle ermutigen, ihre eigenen Geschichten zu erzählen. Darum geht es“

für alle. Es geht nicht darum, uns vom Mainstream zu trennen. Es ist verrückt, als eine Gruppe Schwarzer Kreativer angesehen zu werden, die Teil eines Trends sind, der nicht lange andauern wird.

**Michelle Obama sagt, dass wir alle Vorbilder sind. Stimmen Sie zu?**

Definitiv! Doch ist es auch ein Kampf, denn innerhalb der Schwarzen Community gibt es auch eine Hierarchie, und Schwarze Frauen sind ganz unten. Ich muss mich also gezwungenermaßen auch damit befassen. Mode fühlt sich manchmal sowieso wie ein Boys Club an. Ich

führe viele Gespräche mit anderen Schwarzen Frauen über die Schwierigkeiten, denen wir uns stellen müssen, weil wir Frauen sind und dazu noch Schwarz. Ich bin nur hier, um Türen zu öffnen und Fragen zu stellen: Warum können wir das nicht alle tun? Auf eine neue Art? Warum können wir uns nicht selbst feiern? Warum kann es nicht vielfältiger sein? Es geht darum, sich gegenseitig etwas beizubringen und gemeinsam zu reflektieren. Kunst ist Kunst. Es geht nicht um mich als Person. Deshalb müssen KünstlerInnen auch als KünstlerInnen gesehen werden.

Die Ausstellung „Beautiful Disruption“ von Nadine Ijewere läuft bis 5. Juni bei C/O Berlin im Amerika Haus in der Hardenbergstraße.

Fotografin Nadine Ijewere.



**WHO'S THAT GIRL?** Dem Mythos von „Alice im Wunderland“, dem realen Vorbild seiner Heldin Alice Liddell und den Spuren des Buchs in Kunst, Popkultur, Politik und Mode will die Schau „Alice: Curiouser and Curiouser“ im Londoner Museum V&A ab Mitte Mai nachgehen. Links: „Well, this is grand! said Alice“, Siebdruck von Pop-Art-Künstler Peter Blake, 1970.

# In „Trennungsroman“ erzählt Schauspielerinnen Anna Brüggemann von den letzten 30 Tagen einer Beziehung.

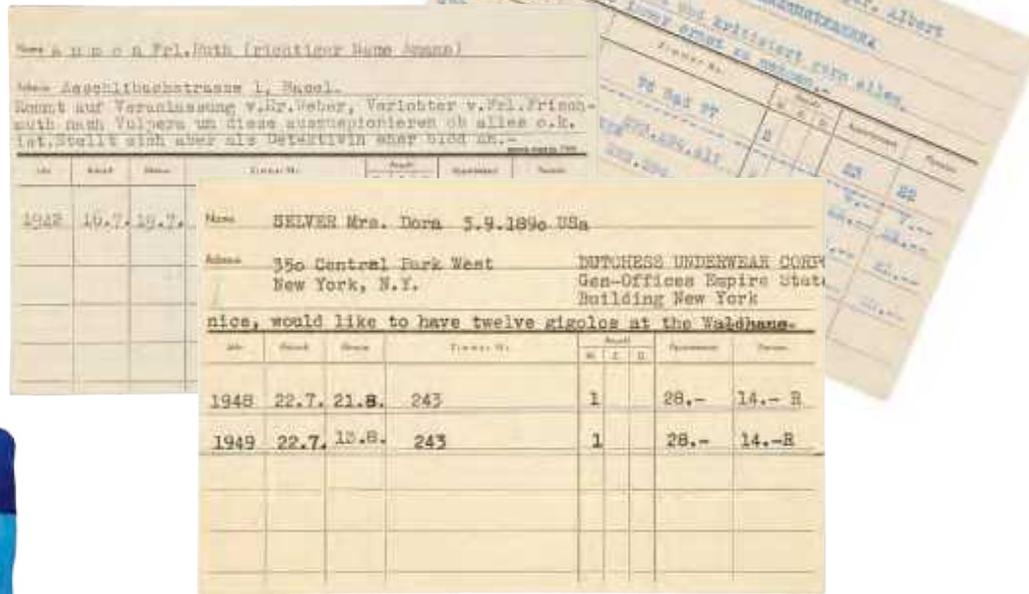
ULLSTEIN VERLAG, 416 S., 20 €.

**FILIGRANER FEMINISMUS** Die Frauen der Wiener Werkstätte würdigt das Museum für angewandte Kunst in Wien in der gleichnamigen Schau vom 21. 4. bis 3. 10. als Pionierinnen des Designs (unten: Wandmalereien von Lotte Calm, Lilly Jacobsen, Fritzi Löw, Anny Schröder und Vally Wieselthier in der Wiener Werkstätte, 1918).



Fotos: © Peter Blake. All rights reserved, DACS 2019. VG Bild-Kunst, Bonn 2021, Getty Images, © MAK

**GEHEIMWISSEN** Was Concierges und Rezeptionistinnen von Luxushotels wirklich über ihre illustre, aber nicht immer einfache Klientel denken, erfährt man eher selten. Der Band „Keine Ostergrüsse mehr!“ gibt nun Einblick in die geheime Gästekartei des „Grand Hotel Waldhaus“ in Vulpera im schweizerischen Engadin von den 1920er bis in die 1960er Jahre. Die oft lustigen, kuriosen und erhellenden, manchmal auch entnervten Einträge lassen eine ganze Welt wiederaufleben. Edition Patrick Frey, 397 S., 52 €.



**EIGENMARKE** „Documenta“-Künstler Daniel Knorr präsentiert im Museum IKOB im belgischen Eupen Werke aus den letzten Jahren. Der Titel der Ausstellung „Flagship Store“ spielt auf Shops von großen Labels an, aber auch auf sein persönliches Branding, das er als Künstler im Lauf seiner Karriere entwickelt hat (o.: „Canvas Face 01“, 2020).

**ELEKTRO-SEELE** Mit ihrem neuen Album „Flux Flou de la Foule“ hat sich „Le Pop“-Ikone Francoiz Breut vom Indie-Chanson ab- und einer frischen, elektronischen Musik zugewandt. Ihre ausdrucksstarke und dabei sanfte Stimme kommt vor dem Sound ihrer neuen, jungen Band sogar noch besser zur Geltung.



## NEU AUF DEM SCHIRM

Die stillen Dramen des Erwachsenwerdens ziehen Regisseur Luca Guadagnino immer wieder an. In der Serie **WE ARE WHO WE ARE** (Starzplay) begleitet er zwei amerikanische Teenager auf einer US-Militärbasis in Italien durch Freundschaft, erste Liebe und Identitätsfindung • Seine Identität hat er längst gefunden, verschleiert sie aber gern: In **MARTIN MARGIELA - MYTHOS DER MODE** (DVD und digital bei Filmwelt/EuroVideo) gibt Margiela aber immerhin „in his own words“ Auskunft zu Stationen seiner Karriere und Momenten seiner Jugend • **MUSIC** (DVD, Blu-ray und digital bei Alamode) ist das Regiedebüt von Pop-Wonder-Woman Sia. Music (Maddie Ziegler) ist Autistin und muss nach dem Tod ihrer liebevollen Großmutter mit ihrer chaotischen Halbschwester Zu (Kate Hudson) zu-recht kommen. Musik gibt es in „Music“ aber auch • Michelle Obama macht eine Serie? Ja, aber es geht nicht um Politik. **WAFFLES + MOCHI** (Netflix) ist eine Kochshow für Kinder, und Obama will ihnen mit den beiden plüschigen Hauptfiguren gesunde Ernährung näherbringen.



## MUSIK MIT MAMI

Das Popalbum von Künstler Jonathan Meese und DJ Hell zeugt auch von einer besonderen Mutter-Sohn-Beziehung

Foto: Daniel Richter/VC Bild-Kunst, Bonn 2021

**M**ami, so nennt Jonathan Meese seine Mutter Brigitte, ist bei öffentlichen Auftritten fast immer an seiner Seite. Auch sonst prägt außergewöhnliche Nähe ihre Mutter-Sohn-Beziehung. Die beiden wohnen in Jonathan Meeses Haus in Berlin unter einem Dach, allerdings in getrennten Wohnungen. Als ihr Sohn noch an der Hochschule für bildende Künste in Hamburg studierte und sich die ersten GaleristInnen für ihn zu interessieren begannen, managte Brigitte Meese ihn. Heute ist sie seine Beraterin, seine engste Vertraute.

„Mami kennt mich am längsten und weiß um meine Stärken und Schwächen“, sagt Jonathan Meese im Videointerview. „Sie ist der Klebstoff, der alles zusammenhält.“ Er nennt sie gern „Konrads Spezialkleber“, angelehnt an die Pippi-Langstrumpf-Bücher. Astrid Lindgrens Kesse Romanheldin hat seine Kindheit geprägt – genau wie die Mumins, Moby Dick oder Jules Vernes Werke. All diese Geschichten und Figuren inspirieren den 51-Jährigen nach wie vor. Sie standen neben einem James-Bond-Bösewicht Pate, als er für das Lied *Dr. No* über Techno-Beats von DJ Hell phantasierte. „Dr. No is back“, grollt er: „Das ist ein bedrohlich-liebevoller Song.“

Aufgenommen wurde er in den Berliner Trixx Studios, dort haben Jonathan Meese und DJ Hell ihr Album *Hab keine Angst, hab keine Angst, ich bin deine Angst* eingespielt. Wie kam es zu dieser gewiss spannenden Zusammenarbeit? Für DJ Hell lag sie in der Luft: „Ich glaube, es war vorgegeben, dass ich irgendwann Jonathan und Brigitte kennenlernen würde.“ Zunächst bat er den Künstler, das Cover seiner Platte *House Music Box* zu malen. Daraus entwickelte sich schließlich die Idee, gemeinsam Musik zu machen: „Wir wollten einfach experimentieren und sehen, wohin uns das Ganze führen würde.“

Während der ersten Studiosession trafen sich DJ Hell und Jonathan Meese zu zweit. Der Münchner Musiker beschallte seinen Mitstreiter mit Loops in Endlosschleife auf dem Kopfhörer, dann begann Meese zu improvisieren. „Ich habe völlig naiv losgelegt“, erinnert er sich. „Das Motto war: Spielen, spielen, spielen! So entsteht Kunst.“ Für Jonathan

Für das Cover des Albums von Jonathan Meese und DJ Hell collagierte der Künstler Daniel Richter ihre Gesichter in ein Foto der 80er-Jahre-Band DAF (links). **1** Meese zwischen Partnerin Gudny Gudmundsdottir und Mutter Brigitte. **2** Die Meeses mit DJ Hell im Studio. **3** Hell bei einem seiner Sets. **4** Bei öffentlichen Auftritten ist Brigitte Meese immer an der Seite ihres Sohnes.

Meese war diese Produktion eine unglaublich intensive Erfahrung, also lud er seine Mutter ein, ihn doch zum nächsten Termin zu begleiten. „Als wir das Studio betraten“, erzählt sie, „hatte DJ Hell schon zwei Mikrofone aufgebaut. Wir standen einander gegenüber und begannen eine Art Dialog.“ Der lief nicht allzeit flüssig: „Manchmal habe ich Johnny unterbrochen. ‚Ich bin nicht deiner Meinung‘, sagte ich.“ Jonathan Meese lacht: „So ist das bei uns immer. Wir streiten jeden Tag.“

Die Meeses waren somit ein bestens eingespieltes Team. Wie fühlte sich das für DJ Hell als Außenstehenden an? „Ich habe den beiden absolute künstlerische Freiheit gelassen“, stellt er klar. Zuweilen zog er sich gar in die Rolle des Beobachters zurück: „Dabei habe ich sehr viel über die Konstellation Brigitte-Jonathan gelernt.“ Das hat das Trio ganz offensichtlich zusammenschweißt: „Mittlerweile betrachte ich mich als erweitertes Familienmitglied“, berichtet Hell.

Die Musik eint alle drei. Mit dem Stück *Kunst ist Chef* schlägt Jonathan Meese einen Bogen zu seiner Diktatur der Kunst. Der Titelsong nähert sich musikalisch der 80er-Jahre-Band DAF an. „DAF ist für mich das Allergrößte“, schwärmt Jonathan Meese. Wohl deshalb nahm der Maler Daniel Richter, der das Albumcover gestaltet hat, Bezug auf die DAF-Platte *Für immer*. Er überklebte die Köpfe von Gabi Delgado und Robert Görl mit Meeses und DJ Hells Antlitz. Ein Sprung zurück in die 80er Jahre. Ebenso knüpft

der Track *Power of Love* musikalisch an diese Ära an. Im Studio hatte DJ Hell Sounddateien mit metallischen Geräuschen und Krach der Einstürzenden Neubauten entdeckt, damit unterlegte er die Nummer. So entstand neben *Erzliebe* ein weiteres Liebeslied, ebenfalls deklamiert von Brigitte Meese.

Was empfindet sie jetzt, wenn sie das Album hört? „Normalerweise lege ich lieber meine alten Platten auf“, gesteht sie. „Mit Johnny in die zeitgenössische Musik einzutauchen hat aber seinen Reiz.“ Auf jeden Fall war die Zeit im Studio für sie eine Bereicherung: „Für mich ist es ein ungeheures Privileg, mit 91 noch eine aktive Rolle zu spielen und Zeit mit jüngeren Menschen verbringen zu dürfen.“ DAGMAR LEISCHOW

Das Meese-X-Hell-Album „*Hab keine Angst, hab keine Angst, ich bin deine Angst*“ ist auf dem von Künstler Daniel Richter betriebenen Label Buback erschienen.



## „Mami kennt mich am längsten, weiß um meine Stärken und Schwächen“

# DIE CHEFIN IST SIE

Hannah Reid hat sich zur Bandleaderin von London Grammar erklärt



**M**elancholie birgt so viel Schönes in sich. Das beweist die britische Band London Grammar mit *Californian Soil*, ihrem dritten Album, erneut. Hannah Reids glasklare Stimme legt sich mal über Beats, mal wird sie von Streichern oder von einem Klavier untermalt. In ihren Texten seziert die 31-Jährige nicht nur auf poetische Weise zwischenmenschliche Beziehungen, sie reflektiert auch durchaus kritisch, was um sie herum passiert.

**Warum haben Sie sich plötzlich zur Bandleaderin erklärt?**

Als Frau wurde ich in der Musikindustrie selten richtig ernst genommen. Meine beiden Bandkollegen respektierten mich zwar von Anfang an, Außenstehende unterschätzten mich aber oft. Sie gingen völlig zu Unrecht davon aus, dass ausschließlich Dan und Dot für unsere Musik verantwortlich zeichnen und ich „nur“ die Sängerin sei. Also beschloss ich mich aus der Rolle des schmückenden Beiwerks zu befreien. Mit unserem neuen Album setze ich ganz bewusst ein Zeichen für den Feminismus.

**Welches Ihrer Lieder ist die perfekte feministische Hymne?**

*Lord It's a Feeling*. In diesem Titel geht es um emotionalen Missbrauch. Jede einzelne meiner Freundinnen steckte irgendwann in einer toxischen Beziehung fest. Dabei sollten sich Frauen keinesfalls von einem Mann manipulieren lassen – dem halte ich in diesem Song ein ganz klares Nein entgegen.

**Dabei scheint es von außen oft so, als formulierten Sie Ihren Widerspruch auf eine erstaunlich leise Art.**

Ich bin halt ein introvertierter Mensch. Man darf sich jedoch nicht von meiner Sanftmut und Verletzlichkeit täuschen lassen: In mir steckt trotzdem eine starke Frau. Die verspürt allerdings nicht den Drang, lauter als jeder Mann zu sein. Um gehört zu werden, muss ich nicht brüllen.

**Laden Ihre Stücke eher zum Grübeln als zum Tanzen ein?**

Ich finde, *Californian Soil* hat etwas mehr Drive als die Vorgänger. Auf ruhige Balladen wie *Call Your Friends* haben wir dennoch nicht verzichtet. In der Musik können Sie R'n'B-Anleihen ebenso ausmachen wie Country-Flair. Für mich beschreibt der Begriff Elektro-Americana-Pop den Sound aber am besten.

**Woher kommen die amerikanischen Einflüsse in der Musik und den Texten?**

Als Kind habe ich die amerikanische Kultur förmlich aufgesaugt.

Die Hollywoodstars und US-MusikerInnen waren für mich gottgleiche Wesen. Das hat mich natürlich geprägt. Besonders beeindruckte mich der Film *Erin Brockovich* mit Julia Roberts. Sie spielte eine Frau, die entgegen allen Widerständen ihren Weg ging.

**Erin Brockovich hat auf eine gewisse rebellische Weise den amerikanischen Traum gelebt. Gelingt das heute noch vielen?**

„Ich verspüre nicht den Drang, laut zu sein. Um gehört zu werden, muss ich nicht brüllen“

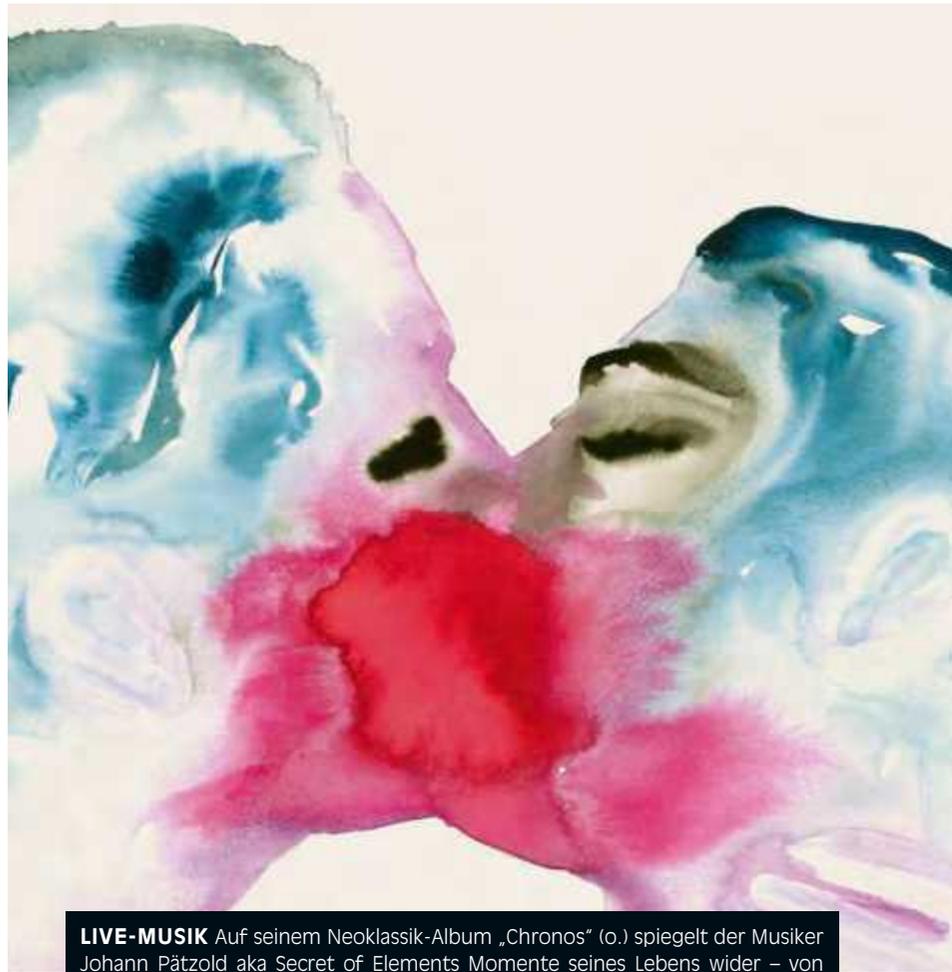
Schwer zu sagen. Während unserer ersten USA-Tournee mit London Grammar hat mich vor allem eins schockiert: die schlimme Armut, der wir begegnet sind. Darauf hatten mich die ganzen Blockbuster-Filme, die ich bis dahin gesehen hatte, in keiner Weise vorbereitet. Auf der anderen Seite ist Amerika für mich weiterhin der schönste Fleck auf diesem Planeten. Weil ich nachts im Bus nicht schlafen konnte, legte ich mich jeden Abend im hinteren Bereich aufs Sofa. Ich hörte Musik, die Landschaft zog an mir vorbei, über mir waren die Sterne – besser hätte es gar nicht sein können.

DAGMAR LEISCHOW

„*Californian Soil*“ von London Grammar erscheint am 16. April bei Universal.



In **FEMALE CHOICE** beschreibt die Biologin Meike Stoverock das Prinzip der weiblichen Partnerwahl, die einst durch das Sesshaftwerden der Menschheit durch die männliche – und das Patriarchat – abgelöst wurde. Spannend: Derzeit scheint sich das wieder umzudrehen. Welche Auswirkungen hat das? Tropen, 352 S., 22 € • Mit **DAS BABY IST MEINS** hat die nigerianische Autorin Oyinkan Braithwaite eine furiose Covid-Comedy geschrieben. In Lagos wird Bambi von seiner Freundin mitten in der Epidemie vor die Tür gesetzt und findet sich wieder bei zwei Frauen, die beide behaupten, das Baby im Haus sei ihres. Und raus aus der eskalierenden Situation kann niemand. Blumenbar, 128 S., 15 € • In **SEXPOSITIV** erkunden Beatrix Roidinger und Barbara Zuschnig, wie Sexualitäten neu, frei und befriedigend verhandelt und gelebt werden können. Goldegg, 200 S., 22 € • Die unglückliche Geschichte von Zelda und F. Scott Fitzgerald, die als strahlendes Traumpaar begannen und in Alkohol und Wahnsinn endeten, erzählt R. Clifton Spargo im Roman **BEAUTIFUL FOOLS**. Ebersbach & Simon, 352 S., 24 €.



**LIVE-MUSIK** Auf seinem Neoklassik-Album „Chronos“ (o.) spiegelt der Musiker Johann Pätzold aka Secret of Elements Momente seines Lebens wider – von einer psychischen Erkrankung über Hochzeit und die Geburt seiner Kinder bis zu traumatischen Erlebnissen als Seenotretter von Flüchtlingen im Mittelmeer.

## Am 21. April wird Elisabeth II. 95 Jahre alt. Mit „Die Queen“ legt Paola Calvetti eine neue Biografie der Monarchin vor.

PIPER VERLAG, 336 S., 22 €.



**SZENEN EINER BEZIEHUNG** Am Abend nach einer Filmpremiere kommen bei Regisseur Malcolm (John David Washington) und seiner Freundin Marie (Zendaya) einige unangenehme Wahrheiten auf den Tisch. Das Kammerstück „Malcolm & Marie“ (auf Netflix) wirkt wie eine Ingmar-Bergman-Adaption für die Streaming-Ära – allerdings in supercoolen Interiors.



**GELBES GLÜCK** Sie schenken Erfrischung und sind ein Symbol der Sehnsucht nach dem Süden. In J. C. Volkamers Ode an die Zitrusfrucht aber schweben Zitronen, Limonen und Bitterorangen wie Himmelskörper über italienischen Villen, Nürnberger Gärten und pittoresken Landschaften. Rund 170 Zitrusarten zeigen die handkolorierten Kupferstiche aus dem 18. Jahrhundert in diesem Buch. Taschen, 384 S., 125 €.

# SOPHIE PASSMANN

Die Autorin hat etwas gegen Selfcare als Weltbild:  
192 Seiten brillant formulierten literarischen (Selbst)hass

„Komplett Gänsehaut“ liest sich als großer Monolog, der sich verzweigt, abschweift und doch voranschreitet – durch die Wohnung, auf die Straße, in die Stadt, durch Beziehungen, Erinnerungen, Haltungen... Wie würden Sie Ihr Buch beschreiben?

Es geht um eine Erzählerin, die die Welt, in der sie lebt, über rund 192 Seiten abhasst, ohne zu erklären, woher der Hass eigentlich kommt und warum sie glaubt, dass er berechtigt ist.

Sie beobachtet aktuelles, trendiges Verhalten. Überall stehen Bilder vom Leben herum, Lebensmodelle, die sich in alltäglichen Handlungen und Gegenständen zeigen. Ein Spiegelkabinett der Angebote, wie man sein könnte oder sollte.

In der Welt und dem Milieu, die in diesem Buch beschrieben werden, erlaubt Konsum Distinktion. Und das ist wichtig, weil die Erzählerin vor allem über Distinktion spricht. Da geht es viel um Leben in Relation zu anderen Leuten.

Was habe ich? Was habe ich nicht? Was haben die anderen, und wie werde ich gesehen? Ständige Selbstbeobachtung und die Vermutung, dass einen alle anderen auch ständig beobachten.

**Was passiert, wenn so ein komplexes System auf ein zweites stößt, Stichwort Beziehung?**

Die Antwort auf diese Frage liegt in ihrer Nichtbeantwortung. Es gibt in dem Buch zwei große Leerstellen: die beiden Männer, die diese Frau trifft. Mit dem einen hat sie eine Beziehung beendet – oder er hat sie verlassen –, und der andere will eigentlich gar nichts von ihr. Alles, was gegen sie verwendet werden könnte, wenn man merken würde, dass sie verletzlich oder traurig ist oder ihr vielleicht das Herz gebrochen wurde, lässt sie radikal aus. Da fügt sie lieber eine Anekdote ein. **Liebeskummer sei wie ein verlängertes Wochenende in Zürich...**

...am Ende zu teuer und die Mühe nicht wert. In dem Satz zeigt sich, wie sie durch die Welt läuft, und auch ihre Arroganz, weil sie voraussetzt, dass alle wissen, wie ein langes Wochenende in Zürich so ist.



„Ich war schon so unhöflich zu mir – und trotzdem bin ich noch bei mir“

dass er auch mit Fuckability zu tun hat. Vor allem so, wie Body Positivity in sozialen Netzwerken dargestellt wird, ist sie durchzogen von der Frage: Wie fühle ich mich endlich so, dass ich mir selbst glaube, dass andere mit mir ins Bett wollen? Das ist oft der Kern der Forderung, sich selbst schön zu finden. Warum sollen alle schön sein wollen? Wahrscheinlich möchte man von anderen attraktiv gefunden werden. **Befürchten Sie, dass man Sie mit Ihrer Erzählerin gleichsetzen könnte?**

Zu dem Text und dazu, ihn wirklich zu verstehen, gehört, dass die Erzählerin nicht ich ist. Ich habe aber eine Erzählerin erfunden, die viel mit mir gemeinsam hat, den Ton, den Humor, das Alter, den Wohnort, den Blick auf die Welt. Ich muss also damit rechnen, mit ihr wechselt zu werden. Ich finde das sogar spannend. Das ordne ich alles in die Kategorie „Kunst macht großen Spaß“ ein. **BERND SKUPIN**

„Komplett Gänsehaut“ ist als Buch bei Kiepenheuer & Witsch erschienen, 192 S., 19 €, von der Autorin selbst als Hörbuch eingesprochen bei Tacheles!, 18 €.

Es gibt eine Sexszene unter der Dusche – mit der Erkenntnis, dass man letztlich mit sich allein bleiben wird. Dem Image der Einsamkeit wohnt heute etwas Armseliges inne, während die ursprüngliche Idee schlicht besagt, dass man immer mit sich selbst ist. Was ist das für ein schöner Gedanke, dass man immer sich selbst mit dabei hat! Natürlich findet man sich manchmal doof. Aber was habe ich mir schon alles verziehen? Ich war schon so unhöflich zu mir – und trotzdem bin ich immer noch bei mir.

**Daran schließt sich eine kritische Bemerkung über Body Positivity an. Was ist an dem Begriff schwierig?**

Er vermittelt das Gefühl, mehrere Probleme zu lösen: dass dicke Menschen medizinisch vernachlässigt werden, dass Frauen ihre Körper hassen – und zugleich schafft man einen Markt für neue, coole T-Shirts. Man stülpt diesen einen Gedanken über drei Probleme und denkt, man ist fertig. Dazu kommt,

GUHL

neu



Erlebe dein Haar fühlbar regeneriert.

**Guhl Nature Repair:**

- schenkt dir gesund glänzendes und kräftiges Haar
- Formulierung wirkt mit der Kraft der Natur
- hilft die Umwelt zu schützen – dank recycelbarer Verpackung

Vanessa Kirby spielt in „Pieces of a Woman“ eine Frau, die ihr Kind verliert.

# LIEBE UND VERLUST

Autorin Kata Wéber über Tragik und Vergebung in ihrem Film „Pieces of a Woman“



**S**chon 2017 begann ich mit einem Theaterstück, inspiriert durch den Fall von Ágnes Geréb, der Pionierin der Hausgeburten in Ungarn (wo ich herkomme), der man dort wegen angeblicher Vernachlässigung zweier Babys, die gestorben waren, zehn Jahre Berufsverbot auferlegt hatte. In Ungarn sind Hebammen ein hochpolitisches Thema: Hausgeburten sind zwar legal, aber die Gesetze machen es Frauen schwer, nicht im Krankenhaus zu entbinden. Es erschütterte mich zu sehen, wie sehr der Fall die öffentliche Meinung polarisierte und wie ohne den geringsten medizinischen Beweis sofort Stellung bezogen wurde, indem man einerseits über ÄrztInnen als Medizinmafia und andererseits über BefürworterInnen der Hausgeburt als SektiererInnen sprach.

Was mir auffiel, war die Weise, wie die beteiligten Mütter dargestellt wurden: wie ihr Körper und ihre persönliche Geschichte benutzt wurden und wie sie im Kreuzfeuer gegensätzlicher Ideologien gefangen waren. Ich erinnere mich, dass eine der Mütter leise und moderat über Geréb sagte, dass diese alles versucht habe, um die Kinder zu retten, und da wusste ich, dass ich die Heldin meines Plots gefunden hatte.

Hier war eine Frau, die selbst im Angesicht eines unvorstellbaren Unglücks in der Lage war zu vergeben. Es war, als hätte jemand eine Kerze auf dem Grund einer tiefen, dunklen Grube angezündet. Nachdem ich diese Mutter gehört hatte, wusste ich, dass ich die Auswirkungen eines solchen Verlusts auf eine fiktive Frau beschreiben und durch sie die unzähligen Arten erforschen wollte, auf die wir trauern und nach einem unvorstellbaren Trauma Frieden finden. Das Stück – das 2018 in Warschau uraufgeführt wurde – sollte schließlich zu dem Film *Pieces of a Woman* werden, mit Vanessa Kirby in der Hauptrolle als Martha, einer jungen Frau, deren Hausgeburt in einer Tragödie endet. Der Film verfolgt, was mit Martha und ihrem Partner Sean passiert, während beide versuchen, sich in ihrer zerrütteten Welt zu orientieren und einen Weg zu finden, um zu überleben.

Während meines Schreibprozesses ging ich zu unzähligen Treffen mit trauernden Müttern. Jede dieser Begegnungen war ein Schock – nicht nur weil sie mich mit der Verletzlichkeit des Lebens konfrontierten, sondern weil sie mir die Tragik dieser Frauen vor Augen

führten. Viele von ihnen sprachen von der Schuld der Überlebenden. Andere erwähnten, wie viele, die ein Trauma erlebt haben, ihr Gefühl der Hilflosigkeit. Sie sprachen davon, wie sich FreundInnen und Verwandte von ihnen abgewandt hätten und wie das Fundament, das sie für fest gehalten hatten, schwer erschüttert worden sei. Einige verloren geliebte Menschen, weil sie versuchten, ihr Leben wie bisher weiterzuführen, andere, weil sie dazu nicht in der Lage waren. Einigen wurde vorgeworfen, unter Druck zusammenzubrechen, anderen, dass sie nicht gebrochen genug erschienen. Nur sehr

„Tatsache ist, dass wir mit Tragödien nicht allein fertigwerden können“

wenige konnten mit den Menschen um sie herum eine Beziehung aufbauen. Und alle mussten sie einen Weg finden, um umgeben von den Ruinen ihrer Vergangenheit zu leben.

Isolation war ein Wort, das fast alle verwendeten, wenn sie über ihre Empfindungen sprachen, dabei ist es eine Tatsache, dass wir mit solchen Tragödien nicht allein fertigwerden

können. Heilung kommt aus gemeinsamer Erfahrung, aber sie ist oft schwer zu finden, selbst mit jenen, die uns am nächsten stehen.

In *Pieces of a Woman* wollte ich auch die Frage aufwerfen, wie Beziehungen die Nachwehen eines Traumas überstehen. Leider tun viele das nicht. Manche Paare kommen sich näher, andere stellen fest, dass sie nach einem solchen Ereignis unfähig sind, noch zusammen zu sein. Oft geht es nicht darum, weiterzumachen oder nicht weiterzumachen, sondern um den Versuch, die Trauer des anderen zu verstehen, deren Ausdruck manchmal fremd wirkt. Ich wollte gleichermaßen authentische Bilder eines Mannes und einer Frau zeigen, die nach dem Verlust eines Kindes frei im Raum schweben und dabei nicht nur die Orientierungspunkte verlieren, die sie an die Realität binden, sondern auch das Gegenüber. Ich wollte vor allem nicht das Bild einer krisenhaften Beziehung malen, sondern eine Liebe zeigen, der die Worte ausgegangen sind. Das eigentliche Thema des Films sind die Erfahrungen einer bestimmten Mutter. Diese Mutter könnte ich sein oder jede von uns. Eine Frau im 21. Jahrhundert zu sein ist vielleicht kein steter Leidensweg, aber auch jetzt müssen wir entscheiden, wer über unseren Körper bestimmt und wem wir die Verantwortung für unsere geborenen und ungeborenen Kinder überlassen. „*Pieces of a Woman*“ ist auf Netflix zu sehen.

# GQ

# STYLE

FASHION. TRENDS. INSPIRATION.



SONDERHEFT  
Jetzt am  
Kiosk oder auf  
Amazon

CHIC  
IS  
BACK

**Die neue Männer-Mode auf 214 Seiten**

**Die Style-Trends für den Sommer**

**Guide: So tragen wir die neuen Pieces der Saison**

**Interviews mit den wichtigsten Designern**



# GILBERT & GEORGE

stellen ganz persönliche Fragen. Antworten Sie allein oder mit Freunden. Sie erfahren einiges über sich – und die Fragesteller

**SPRENGKRAFT** hatte das Werk von Gilbert Prousch (l.), 77, und George Passmore (r.), 79, schon immer. Ihr Schaffen kreist um Tod, Hoffnung, Leben, Angst, Sex, Geld und Religion und bildet gesellschaftliche Themen in ihrer ganzen Widersprüchlichkeit ab. Die beiden East-Londoner, die seit 1967 beruflich wie privat ein Paar sind, machen niederschwellige, einfach verständliche „Kunst für alle“, die den Zuschauer mit Genitalien, Körperöffnungen oder Fäkalientürmen konfrontiert, die in den Tiefen von poppig-sakralen Bildern versteckt sind. Auch sich selbst verstehen die stets in perfekt aufeinander abgestimmte Maßanzüge gekleideten Ehepartner als lebende Kunstwerke – und sind deshalb regelmäßig Objekte ihrer eigenen Bilder. Die sind in diesem Frühjahr in der Schirn Kunsthalle Frankfurt zu sehen: „Gilbert & George. The Great Exhibition“. Schirn.de

- Gibt es Romantik in Ihrem Alltag?
- Spielt Romantik in Ihrem Nachtleben eine Rolle?
- Macht es Ihnen Spaß, ein guter Mensch zu sein?
- Ist Ihnen klar, dass Gott Quatsch ist?
- War Ihnen bewusst, dass die Hölle keinen schlimmeren Zorn kennt als den einer verschmähten EU?
- Wann haben Sie zuletzt einen Kellner geküsst?
- Wichtiger noch: Wann hat ein Kellner zuletzt Sie geküsst?
- Würden Sie ernsthaft einem Künstler trauen?
- Glauben Sie an den Wert des einzelnen Menschen in dieser Welt?
- Glauben Sie, dass eine Form von Kollektivismus existiert, die gut für uns alle ist?
- Welchen berühmten toten Künstler mögen Sie am liebsten?
- Und welchen berühmten noch lebenden Künstler?
- Denken Sie, es wäre eine gute Idee, den Papst vor den Internationalen Strafgerichtshof in Den Haag zu bringen?
- Bevorzugen Sie Drogen oder Alkohol?
- Wie schnell sollte Deutschland aus der EU austreten?
- Ist Jack the Ripper Englands berühmteste tote Persönlichkeit?
- Wer ist Deutschlands berühmteste tote Persönlichkeit?
- Sollte Fellatio auf der ganzen Welt zur Pflicht gemacht werden?
- Wissen Sie, in wie vielen Ländern der Welt immer noch Menschen eingekerkert werden, nur weil sie Sex haben?
- Kümmern Sie sich auch um politische Angelegenheiten? Welche?
- Wer ist Ihr Lieblingsdiktator der Gegenwart?
- Der schlimmste Diktator aller Zeiten?

- Würden Sie einem Pfarrer Ihr Leben anvertrauen?
- Würden Sie einem Pfarrer Ihre Frau/Ihren Mann anvertrauen?
- Würden Sie gern einen Obdachlosen vor Ihrer Haustür treffen?
- Sollte Cunnilingus zur weltweiten Pflichtübung gemacht werden?
- Kann man einer Person vertrauen, die Sonnenuntergänge liebt?
- Waren Sie schon mal von einem politischen Ideal total überzeugt?
- Wie viele von zehn Punkten geben Sie Freidenkern?
- Wussten Sie, dass es wissenschaftlich erwiesen ist, dass eine übermäßige Liebe zur Natur zu Totalitarismus führt?
- Wussten Sie, dass 99 Prozent der Weltbevölkerung an ein Leben nach dem Tod glauben?
- Finden Sie, dass Viagra für Minderjährige erhältlich sein sollte?
- Welches dieser beiden Länder hat den erwiesenermaßen besten Impfstoff: Argentinien oder die Falklandinseln?
- Wenn Sie sich zwischen einer Zwangsheirat mit einer Katze oder einem Hund entscheiden müssten, was würden Sie tun?
- Glauben Sie, dass in den meisten Liberalen eine intolerante Person steckt?
- Glauben Sie, dass in jedem durchschnittlich Intoleranten ein Liberaler steckt?



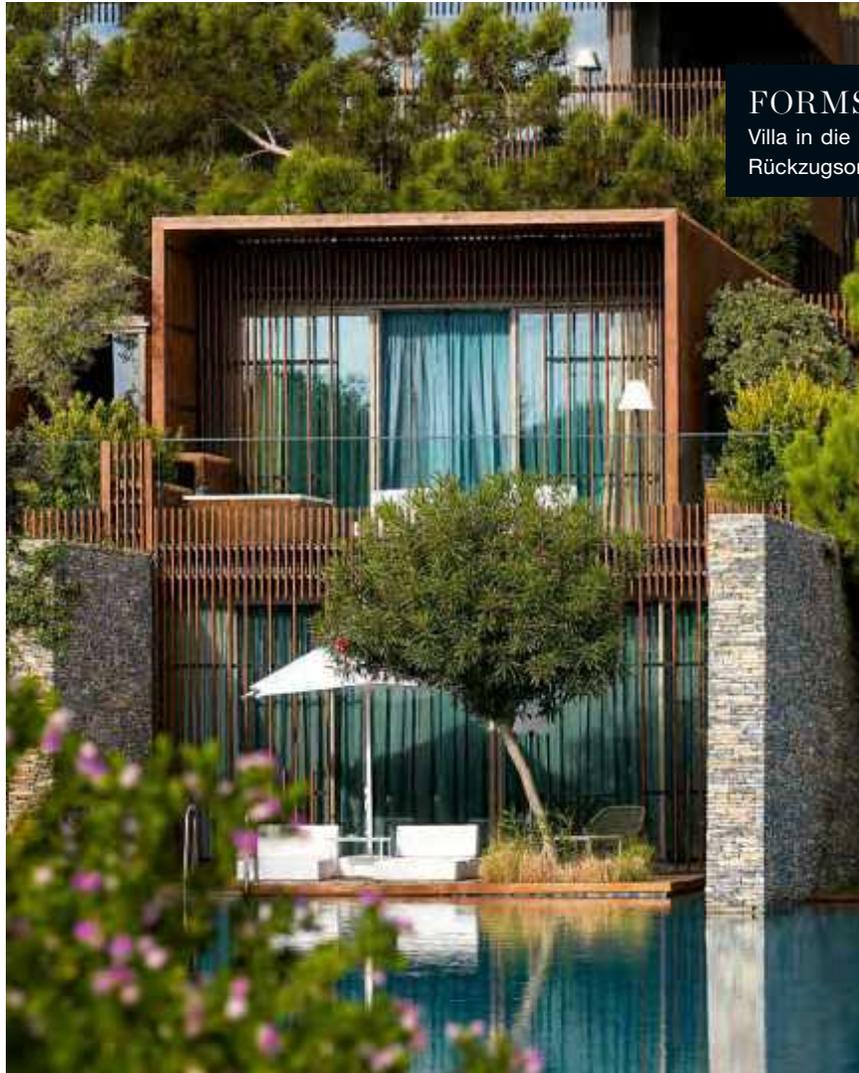
# ERHOLUNG FÜR ALLE SINNE

Tauchen Sie ein in die magische Welt des  
Maxx Royal an der türkischen Riviera

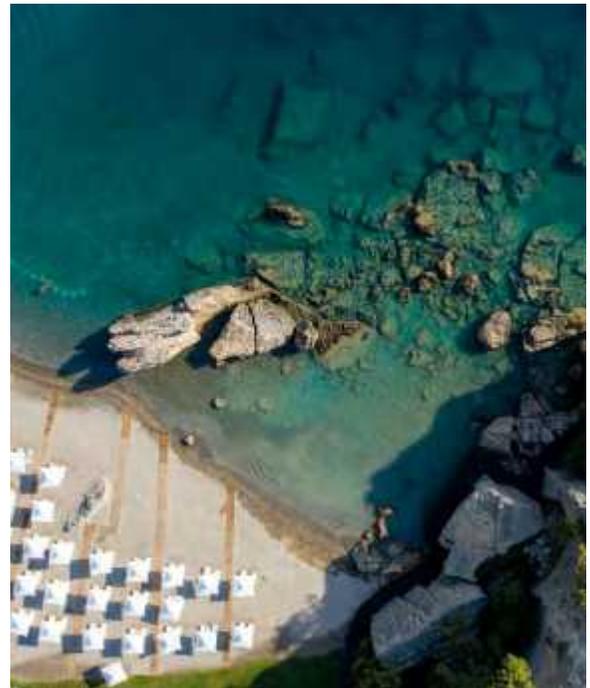
**N**ur knapp vier Flugstunden von Deutschland entfernt eröffnet sich in Kemer ein wahres Naturparadies. Zwischen dem türkisblauen Meer der türkischen Riviera und den Bergen des Taurus liegt das exklusive Maxx Royal Kemer Resort. Das erste Grand-Boutique-Resort der Türkei ist eine perfekte Oase für Entspannung, Genuss und Abenteuer gleichermaßen. Völlig im Einklang mit der Natur schmiegt sich die preisgekrönte, holzverkleidete Architektur des Resorts in eine traumhafte Landschaft zwischen Pinienwäldern und dem Meer. Ein sanft geschwungener Privatstrand

erstreckt sich 400 Meter entlang des Resorts und bietet neben einem atemberaubenden Panorama genügend Raum, um die warme Sonne des Mittelmeers mit allen Annehmlichkeiten zu genießen. Neben einem absolut herausragendem Service bietet das Maxx Royal ein Premium-All-Inclusive-Erlebnis der Extraklasse. Die Möglichkeiten, sich rundum verwöhnen zu lassen, sind zahllos. So bietet das Aven Royal Spa Erholung für Körper und Seele, während der Maxx Assistant Service sich um jedes Detail für einen perfekten Urlaub kümmert – vom Sportkalender bis zur Wahl des Kopfkissens.

**IM FLUSS** Das moderne und offene Design der Beach Villa geht fließend in die atemberaubende Natur über. Ein Urlaubserlebnis der Extraklasse: Ausgestattet mit einer privaten Sauna, einem Garten mit direktem Strandzugang und einer privaten Cabana, bietet sie Platz für Familie und Freunde.



**FORMSCHÖN** fügt sich die Laguna Duplex Villa in die idyllischen Pinienwälder ein. Der ideale Rückzugsort für einen erholsamen Urlaub.



**UMRAHMT** von einem feinen Privatstrand findet im Maxx Royal Kemer jeder seinen perfekten Spot. Entspannen Sie in privaten Cabanas oder lassen Sie sich am Familienstrand auf eine spannende Partie Beachball ein.



**RÜCKZUGSORT** Der private Pool der Beach Villa bietet beste Erholung in absoluter Privatsphäre. Verwöhnt vom exzellenten Service stehen hier alle Zeichen auf Urlaubsgenuss vom Feinsten.



**HOCHGENUSS** Der Sternekoch Alfredo Russo bringt feinste italienische Küche an die türkische Riviera – lassen Sie sich von seinen kulinarischen Köstlichkeiten im Gastro by Alfredo Russo verwöhnen.

**A**uch das Angebot an kulinarischen Genüssen könnte kaum umfangreicher sein. Michelin-Sternekoch Alfredo Russo bringt im Gastro by Alfredo Russo seine einzigartige Interpretation moderner italienischer Küche an die türkische Küste. Doch nicht nur kulinarisch werden alle Wünsche erfüllt. Auch für einen erholsamen und gleichzeitig unterhaltsamen Familienurlaub ist das Maxx Royal die erste Wahl. Als Familienresort bietet das Kemer Resort zahlreiche Aktivitäten für Kinder. Während im Aquapark verschiedene Rutschen für Begeisterung sorgen, gibt es an einem extra Strandabschnitt einen komfortablen Schwimmbereich für Kinder und Eltern. In privater Atmosphäre der großzügigen Villen und Suiten lässt es sich sowohl als Familie als auch zu zweit wunderbar abschalten. Die Zimmer im Maxx Royal Kemer Resort reichen von Suiten bis zur 450 Quadratmeter großen Presidential Villa. Luxusurlaub, so viel ist klar, wird im Maxx Royal neu definiert. Denn höchster Anspruch ist hier keine Option, er ist Voraussetzung. Eine Voraussetzung, mit der Maxx Royal die Türkei als neues Premiumziel auf der Landkarte etabliert. Ein weiteres Maxx Royal Resort soll im Jahr 2022 in Bodrum eröffnen. Entdecken Sie Maxx Royal auf [maxxroyal.com](http://maxxroyal.com)



**DEN TAG AUSKLINGEN** lässt es sich wunderbar auf der eigenen Terrasse. Noch ein letzter Sprung in den Pool? Kein Problem! Die Maxx Laguna Duplex Villa verfügt auf zwei Etagen nicht nur über einen privaten Poolzugang, sondern auch über ein Jacuzzi und einen Privatgarten auf einer zweiten Terrasse im Obergeschoss.

# 3x VOGUE<sup>®</sup> DEUTSCH + POOL SLIDES



Foto: Benjamin Brinckmann

## VOGUE-PANTOLETTEN

SOMMER 2021

Auf zum Strand mit einem schicken Paar VOGUE-Pantoletten in Lederoptik! Die lässigen Lieblingsstücke sind längst zum Klassiker geworden. Erhältlich in den Größen 36–41. 3 x VOGUE + VOGUE-Pantoletten nur 14 €.

Minibopreis nur 14 € (A: 14 €, CH: 22 SFR), danach automatisch weiterlesen für nur 72 € (A: 72 €, CH: 114 SFR) pro Jahr. Alle Preise inkl. MwSt. und Versand. Die Weiterbelieferung nach den 3 Ausgaben des Mini-Abonnements ist jederzeit kündbar. Zahlung jeweils im Voraus. Alle Prämien nur, solange der Vorrat reicht. VOGUE erscheint in der Condé Nast Germany GmbH, Oskar-von-Miller-Ring 20, D-80333 München, Tel.: 089 / 58104-991, Fax: 089 / 58104-270, Amtsgericht München HRB 56753, USt-IDNr.: DE 129 318 186, CEO: Jessica Peppel-Schulz

# B E A U T Y

Make-up-  
Highlights,  
Pflege-  
trends &  
Wellness

## SCHÖNHEIT PUR

Statement-Lippen oder Fokus auf den Augen:  
Lieblingslooks für die kommende Saison

Für fedrig nach oben gebürstete Augenbrauen: getöntes Gel „Sourcils Styler Chatain“, um 24 €, von **LANCÔME**.  
Knielanger Mantel und Blazer darunter: **THOM BROWNE**.

FOTOS: LIZ COLLINS / MAKE-UP: FRANKIE BOYD / STYLING: SORAYA DAYANI



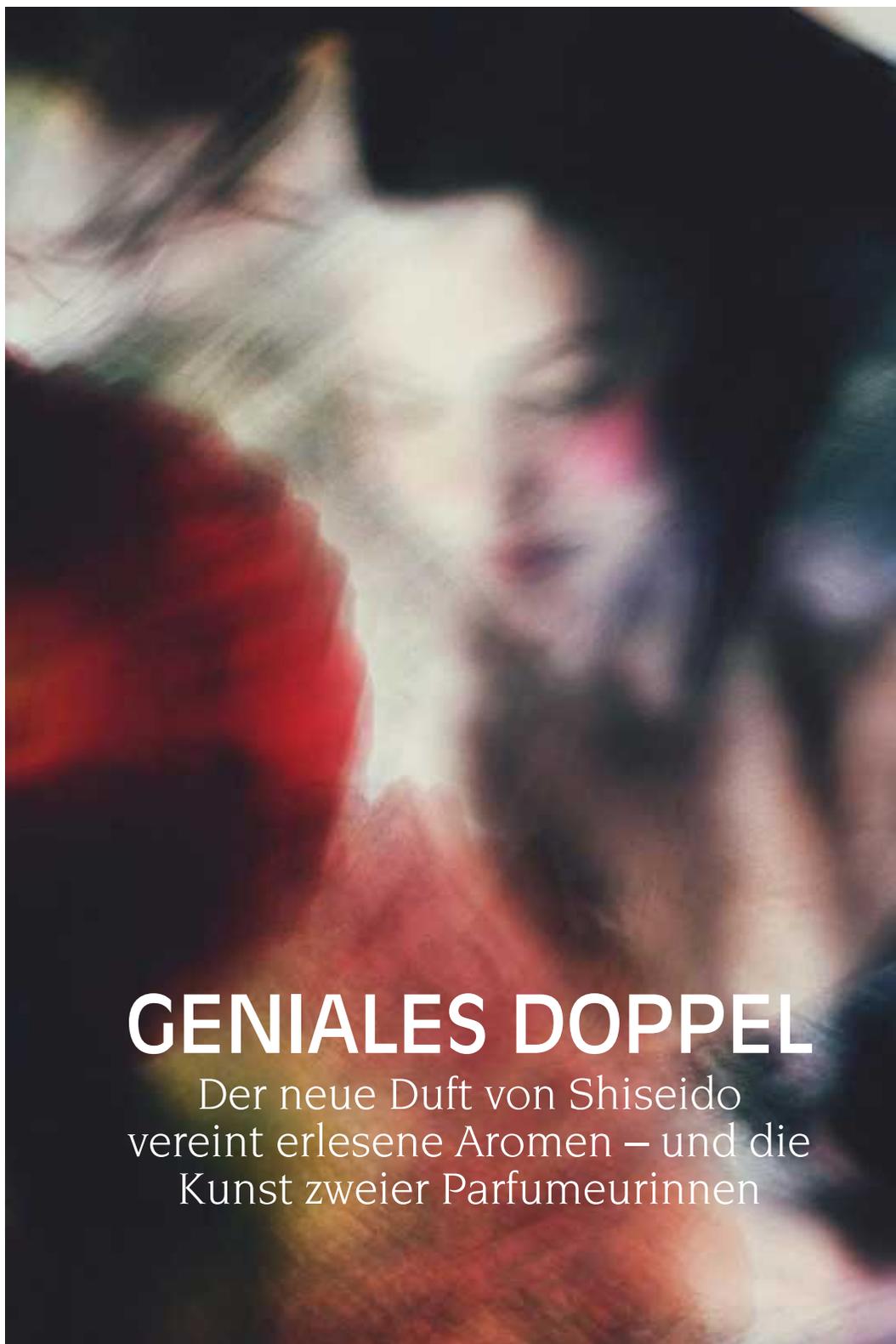
Diese Seite: Augenbrauenpuder und -stift „Brow Ink Trio Deep Brown“, um 25 €. Strafft die Konturen und sorgt für mehr Ausstrahlung; „Vital Perfection Lift Define Radiance Face Mask“, um 109 €; beides von **SHISEIDO**. Blazer: **BALMAIN HOMME**. Rechte Seite: Konturenstift in der Wasserlinie „Stylo Yeux Waterproof Blanc Graphique“, um 27 €, und matter Fluid-Lippenstift „Rouge Allure Ink Entusiasta“, um 37 €, von **CHANEL**. Vintage-Trench: **JUNYA WATANABE COMME DES GARÇONS**. Bodysuit: **MUGLER**.







Diese Seite: Lichtreflektierende Feuchtigkeitspflege „Strobe Cream Silverlite“, um 38 €, und Lippenstift „Retro Matte Liquid Lipcolour Caviar“, um 26 €, von **MAC**. Linke Seite: Lidschatten aus der Palette „5 Couleurs Couture Black Bow“, um 62 €, und pflegender Lippenstift „Rouge Dior Ultra Care Flower“, um 41 €, von **DIOR**. Blazer: **CHLOÉ**. Model: Meghan Roche. Frisuren: Tina Outen. Make-up: Frankie Boyd; beide für Streeters. Maniküre: Eri Handa für Home Agency. Casting: Alexandra Antonova für DM Fashion Studio. Produktion: Heather Robbins für CLM. Creative Consultant: Studio Handsome. Stylingassistentz: Ana Tess. Editor: Kyoko Muramatsu. Beautyredaktion: Nicola Vidic.



# GENIALES DOPPEL

Der neue Duft von Shiseido vereint erlesene Aromen – und die Kunst zweier Parfumeurinnen

**K**arine Dubreuil und Maïa Lernout sind ein eingespieltes Team. „Ginza“ für Shiseido ist nicht das erste gemeinsame Projekt der beiden Parfumeurinnen. Dieser kontrastreiche Duft ist einerseits von der Tradition und der reichen Kultur Japans inspiriert, andererseits von der Energie des beliebten Tokyoter Shoppingviertels, das ihm seinen Namen gab.

**Wie ist es, zu zweit einen Duft zu kreieren?**

**KD** Die Zusammenarbeit zwischen ParfumeurInnen ist nicht immer einfach. Unsere Visionen, unsere Geschmäcker und unsere Egos sind

**Welche weiteren Aromen sind enthalten?**

**ML** Die Essenz von der japanischen Scheinzypresse Hinoki. Ihr Holz ist heilig und kommt auch beim Bau von Tempeln und Schreinen zum Einsatz. Sein Geruch soll den Geist klären und beruhigen.

**Tragen Sie selbst Parfum?**

**KD** Nur abends – und selten meine eigenen Kreationen, weil ich sie so gut kenne, dass sie für mich ihre Magie verloren haben.

**ML** Ich habe zwei sehr simple Noten für mich entworfen, die wie ein Schutz vor der stressigen Außenwelt wirken.

NICOLA VIDIC



Sensibilität und Selbstvertrauen: „Ginza“ mit Jasmin, Japanorchidee, Hinoki- und Sandelholz. Von Shiseido, 50 ml EdP 84 €.

oft verschieden. Maïa und ich sind unterschiedlich, uns aber gleichzeitig sehr nahe.

**ML** Ich mag es sehr, weil wir uns gegenseitig anregen und Ideen ausprobieren, die wir allein vielleicht nicht getestet hätten. Es gibt keine Rivalität zwischen uns.

**Bei „Ginza“ geht es um Dualität. Wie haben Sie es geschafft, diese in ein Parfum zu übersetzen?**

„Die olfaktorische Dualität entsteht durch den Kontrast von Jasmin und holzigen Noten“

**ML** Modernität und Tradition der japanischen Kultur werden durch die Wahl der Rohstoffe dargestellt. Wir haben sowohl Jasmin-Absolues verwendet, die in einem sehr traditionellen Prozess gewonnen werden, als auch nachhaltige Zutaten aus der Grünen Chemie, einer neuen Technologie. **KD** Die olfaktorische Dualität entsteht durch den Kontrast zwischen blumigem Jasmin und den holzigen Chypre-Basisnoten, die dem Duft eine tiefe und starke Statur und Rückgrat verleihen.

“Strahlend vor Festigkeit.”

CLARINS

Live beautifully

[GLOW PLUS COMPLEX]  
Extrakte aus Acerola-  
Samen + biologischer  
Goji-Beere + Paprika und  
biologisches Aprikosen-Öl

CLARINS  
PARIS

Extra-Firming Energy

Crème jour éclat vitaminé, fermeté, anti-rides  
Radiance-boosting, wrinkle-control day cream

Toutes peaux - All skin types

86%  
"STRAFFERE  
HAUT"\*

Monica Vaughan  
Unternehmerin.

## Neu Extra-Firming Energy

### Vitalisierter Glow, Festigkeit, Anti-Falten

Die gesamte Expertise der Laboratoires Clarins für Festigkeit. Eine neue Tagespflege angereichert mit 12 Pflanzenextrakten inklusive [GLOW PLUS COMPLEX], ein Konzentrat aus vitaminreichen Superfrüchten mit sofort zweifachem Effekt für Energie und strahlendes Aussehen. Die Haut erscheint glatter und strahlend vor Festigkeit!

\*Zufriedenheitstest - 105 Frauen - 28 Tage - Zustimmung in %.

CLARINS.COM

# FRISCHES FINISH

Seidiger Puder  
für ebene, rosige-  
zarte Wangen

**FARBSCHLEIER** „Puder und Seide haben die gleiche Feinheit und Weichheit und den gleichen Glanz. An diese Verbindung erinnert die wie Seidentwill gestreifte Oberfläche des Puderrouges“, erklärt Jérôme Tournon, Kreativdirektor für Hermès Beauté. Inspiriert von den ikonischen Carrés des Hauses, wird jetzt das Puderrouge „Rose Hermès Silky Blush“ lanciert – mit dem Duft von Arnika, Sandelholz und grünem Tee und in acht Nuancen (hier „Rose Pommette“), je 68 €, Refill 42 €. Es lässt sich mit dem „Blush Brush“, 115 €, besonders sanft auftragen (ab 15. 4.). Hand-rolliertes Seidencarré „Ex-Libris Atlantis“, 70 x 70 cm, 285 €.



KRAFTLOS &  
STRAPAZIERT

DEUTSCHLANDS  
**Nr.1**  
MARKE FÜR  
**PREMIUM  
HAARPFLEGE**



**NEU!**  
MIT  
HANFSAMEN-  
ÖL



# VOLLER LEBEN

BEFREIT VON RÜCKSTÄNDEN: VERSORGT MIT NÄHRSTOFFEN

**JOHN FRIEDA**

ENTWICKELT FÜR  
**MEIN HAAR**

Wirk: tiefenreinigend, nicht entgiftend.  
Quelle: IRI, Haarpflege, Marken, Segment: Premium, Umsatz in West (excl. Gesamtmarkt: LEH) = 200 qm + Drogeriemärkte; 2015 - YTD 11.08.2019.

# NYX

PROFESSIONAL MAKEUP

# NEU

- Langer Halt bis zu 12H
- einfaches Verblenden
- Ohne Konservierungsstoffe



*Aufbauende  
Deckkraft*

Super leicht



Leicht



Medium



NYX  
PROFESSIONAL  
MAKEUP  
**TOTAL  
CONTROL  
— PRO —**  
DROP FOUNDATION

NYX  
PROFESSIONAL  
MAKEUP  
**TOTAL  
CONTROL  
— PRO —**  
DROP FOUNDATION



A close-up photograph of a makeup artist with dark skin applying foundation to a client's face. The client has light skin and is smiling with their eyes closed. The artist is using a small applicator to apply the product to the client's forehead. The artist's hands are gently holding the client's face. The background is a plain, light color.

NYX

PROFESSIONAL MAKEUP

**FOUNDATION MIT VEGANER\* FORMEL.  
30 NUANCEN. 100% AUFBAUENDE DECKKRAFT.  
LEICHTES TRAGEGEFÜHL.**



**KRAFTVOLL** Die straffenden Ampullen „Lifting Treatment Hyaluron Serum Intensive Care Plus“ von Ojesh regenerieren die Haut mit Hyaluronsäure, Alpen-Edelweiß sowie Hopfen. Das Ergebnis regelmäßiger Anwendung: eine jugendlichere Ausstrahlung. 7 x 1 ml 48 €.

**SINNLICH** Der floral-holzige Duft „Gorgeous!“ von Michael Kors ist neu bei Douglas und vereint Arabischen Jasmin u. a. mit Ylang Ylang, Orangenblüten und Zedernholz. 50 ml EdP 85 €.



**STARKES DUO** Das „Exceptional Elixir“ (l.) schützt und nährt die Haut, 50 ml 116 €, das „Boosting and Regenerating Facial Serum“ strafft, 30 ml 107 €, beides von Nuca.

„Iss dich grün!“,  
Rezepte für eine  
gesunde und nach-  
haltige Ernährung.

ANINA GEPP, AT VERLAG, 224 S., 25 €.



**VERFEINERT** Der überarbeitete Bestseller „Prisme Libre Loser Powder“ von Givenchy verleiht dem Teint jetzt noch mehr Leuchtkraft. In 6 Farbtönen erhältlich, hier „Nr. 1 Mousseline Pastel“, 51 €. Passend dazu: „Prisme Libre Pinsel“, 44,50 €.

## FEST VERWURZELT

Über zwei Schwestern und ihre Liebe zur mediterranen Pflanzenwelt

Natürlich und rein sollte sie sein, die Pflege für die Gäste in ihrem „Grand Hôtel de Cala Rossa“ in Porto-Vecchio, Korsika. So haben die Schwestern Héléne und Lise Canarelli kurzerhand ihre eigene Kosmetiklinie entwickelt. Das Ergebnis ist eine luxuriöse Clean-Bauty-Brand, die den korsischen Namen der Christrose trägt: Nuca. Das Sortiment umfasst 40 Produkte, die auf der heilenden und wohltuenden Wirkung der heimischen Pflanzenwelt basieren. Mittlerweile kommen sie nicht nur im hoteleigenen Spa zum Einsatz, sondern können auch über Nuca.fr bestellt werden. BSA



*Mon*

**GUERLAIN**

SPARKLING BOUQUET

THE NEW FRAGRANCE



# IM REINEN MIT MIR

Für mich, für dich, für uns: Warum Selbstliebe (nicht nur) innerhalb einer Partnerschaft von so großer Bedeutung ist

**W**ir haben gelernt, richtig zu atmen (nämlich tief in den Bauch), durften erfahren, wie wichtig es ist, in jeder Krise eine Chance zu sehen (auch wenn es manchmal schwerfällt), und wir sind auf einem guten Weg, das mit der Work-Life-Balance hinzubekommen. Zu verdanken haben wir das AchtsamkeitsexpertenInnen, die uns seit ein paar Jahren immer wieder mit Tipps und Tricks versorgen, um insbesondere den vielen müden, immer auf Autopilot geschalteten Menschen unserer leistungsorientierten Gesellschaft eine gewisse Leichtigkeit zu beschern. Lässt man sich darauf ein, kann man durchaus profitieren: Meditation hilft beim Abschalten, Marie Kondo beim Loslassen. Und dazwischen gibt es noch so viele weitere gutgemeinte bis wissenschaftlich fundierte Ratschläge, die uns dabei unterstützen können, gelassener und glücklicher durchs Leben zu gehen.

In einer Beziehung haben wir aber offensichtlich noch großen Nachholbedarf. So widmen sich zahlreiche neue Bücher, Podcast-Folgen, Youtube-Videos und Social-Media-Posts einem ganz bestimmten Thema: der Selbstliebe. Mit unterschiedlichen Methoden – von Instagram-Memes mit Botschaften wie „Embrace yourself“ bis hin zu pragmatischen Schritt-für-Schritt-Anleitungen – wird dazu aufgerufen, sich selbst ganz und gar anzunehmen. Zu lieben eben, und das möglichst bedingungslos.

Warum das so essentiell ist, zeigen Situationen, in denen uns das eher nicht gelingt. Zum Beispiel wenn wir aus mangelndem Selbstvertrauen ein spannendes Projekt ablehnen und vorsichtshalber in unserer gewohnten Arbeitsroutine verharren, wenn wir vor dem Spiegel stehen und statt Lachfältchen nur tiefe Zornesfalten sehen, und auch dann, wenn wir bewusst oder unbewusst bei anderen vergeblich jenen Zuspruch suchen, den wir uns selbst aus irgendeinem Grund verweigern.

Fehlende Selbstliebe kann viele negative Auswirkungen haben, auch auf eine Partnerschaft. Das bestätigt Dr. Sandra Konrad, die als systemische Einzel-, Paar- und Familientherapeutin in Hamburg arbeitet und unter anderem den Ratgeber *Liebe machen – Von der Überforderung eines Gefühls und wie Beziehungen trotzdem gelingen* (Piper Verlag, 352 S., 11 €) verfasst hat. Auf die Frage, wie relevant Eigenliebe für das Miteinander ist, antwortet sie: „Wenn wir uns selbst lieben, sind wir weniger abhängig von anderen, weil wir uns einerseits besser selbst versorgen, andererseits auch leichter um Hilfe bitten können. Menschen mit wenig Selbstliebe neigen übrigens häufig dazu, sich für andere aufzugeben, während in ihnen Groll entsteht, weil sie zu wenig zurückbekommen.“

Wer sich aufgrund mangelnder Selbstliebe nicht ganz sicher ist, dass er ein Recht auf seine Bedürfnisse und Gefühle hat, entwickelt oft auch kindliche, überhöhte Erwartungen: Der andere soll mich ohne Worte verstehen und meine Bedürfnisse erfüllen. Das kann natürlich nicht funktionieren.“ Man sagt, die Beziehung zu sich selbst sei die wichtigste von allen. Sie ist das Fundament für ein selbstbewusstes, starkes Auftreten, und glaubt man dem Gesetz der Resonanz, hat sie noch einen weit größeren Einfluss: Halte ich mich selbst nicht für liebenswert, strahle ich das auch aus und ziehe möglicherweise Menschen an, die mir ebenfalls nur eine geringe Wertschätzung entgegenbringen.

Warum sich die einen mehr und die anderen weniger gut finden, lässt sich – wie bei so vielen persönlichen Eigenschaften und Eigenheiten – mit einem Rückblick auf die Kindheit erklären: „Selbstliebe entsteht durch unsere frühesten Beziehungserfahrungen mit unseren Eltern. In-

dem sie uns feinfühlig versorgen, lernen wir, dass wir und unsere Bedürfnisse wichtig sind. Wir entwickeln gute innere Glaubenssätze wie ‚Ich bin wertvoll und liebenswert‘ und Vertrauen – in uns selbst und in andere.“

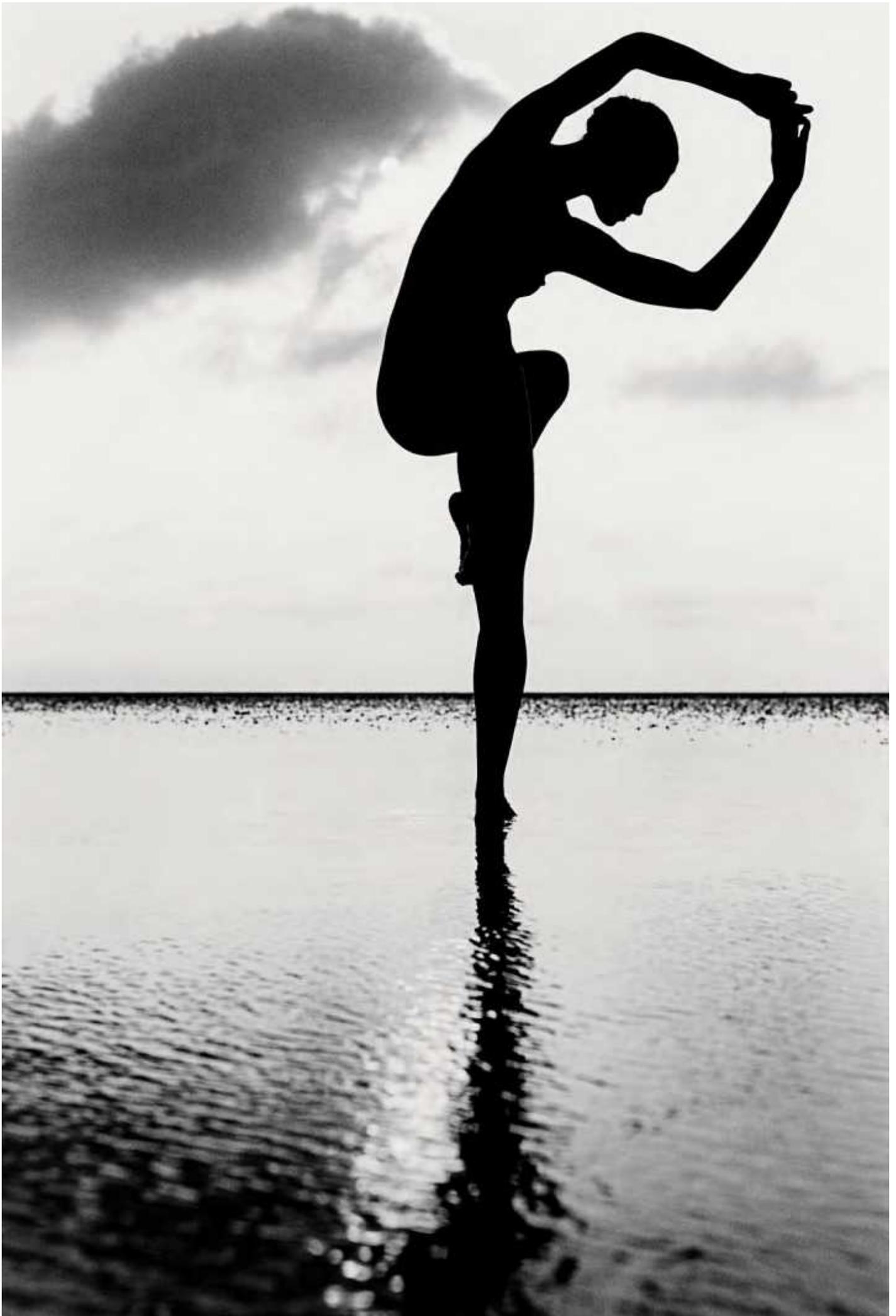
Umso wichtiger scheint es, im Hier und Jetzt in sich hineinzuhorchen und

herauszufinden: Was denke ich eigentlich über mich? Steckt tief in mir drin Verurteilung und Ablehnung? Wenn ja, woher kommt das? Welche positiven Seiten habe ich und schätze ich an mir? Und nicht zuletzt: Gebe ich mir das selber, was ich mir von meiner Partnerschaft, meinen FreundInnen, meiner Familie und meinen KollegInnen erhoffe?

Sich selbst Zuspruch, Zeit und Liebe zu schenken kann einem anfangs ungewöhnlich vorkommen. Und vielleicht sogar mit Egoismus oder Eitelkeit verwechselt werden. Dabei ist es im Grunde genau das Gegenteil davon: Nehme ich Abschied von übersteigerter Selbstkritik, habe ich viel mehr Energie für ein harmonisches Miteinander. Wie es letztendlich gelingen kann, mehr Selbstliebe zu verinnerlichen, erklärt Sandra Konrad: „Selbstliebe kann durch Selbstfürsorge gestärkt werden: Darauf zu achten, was wir brauchen, damit es uns gutgeht, und das dann auch konsequent umzusetzen, in etwa so, wie man idealerweise mit einem Kind umgehen würde. Wir sollten also versuchen, unsere Bedürfnisse wahrzunehmen und dann liebevoll zu beantworten. Wir sollten auf gesunde Grenzen achten und eine Tagesstruktur schaffen, die uns Sicherheit und Freude bietet. Und natürlich helfen gute Beziehungserfahrungen mit FreundInnen oder PartnerInnen, die uns immer wieder spiegeln, dass wir liebenswert sind.“

BETTINA SAHIN

„Wir sollten also versuchen, unsere Bedürfnisse wahrzunehmen und dann liebevoll zu beantworten“





**TALISMAN** Der Löwe, ein Schlüssel-symbol des Hauses Chanel, ziert jetzt den Deckel einer limitierten Lippenstiftkollektion. Hier: „Rouge Allure Velvet Le Lion Beige Rugissant“, 41 €.



**HELLE FREUDE** für Blondinen: Argan- und Zitronenöl pflegen Haar und Kopfhaut, violette Pigmente wirken gegen Gelbstich. „Blonde Pearl Masque“ von Authentic Blonde, 200 ml 39 €.

Mit dem „Shampoo Nurturing Shampoo Bar“ unterstützt Aveda Trinkwasserprojekte von „Charity: Water“.

18,50 € (5 € SPENDE).



**NERVENNAHRUNG** Die dunkle Schokolade (73 % bioaktiver Kakao) mit Cannabidiol (15 mg) ist reich an Antioxidantien und Mineralien, schmeckt köstlich ohne raffinierten Zucker – und entspannt bei Stress. „Holy Shoc“ von Cantura, 30 g 7 €.



**EIN TROPFEN SONNE** Wird mit der Gesichtspflege gemischt: Selbstbräunerkonzentrat „Addition Concentré Éclat Visage“ mit Aloe vera. Von Clarins, 15 ml 28 €.



**COOL TOOL** Gekühlte Edelstahlrollen steigern die Mikrozirkulation, straffen und mildern Schwellungen. „Cryo Roller“ von Beautybio, 100 €, ges. bei Niche-Beauty.com.



**NIGHT FEVER** Wildleder-Akkorde, Heliotrop und Pflaume intensivieren die Moschusnoten im neuen Duft „For Her Musc Noir“. So wirkt er dunkler und sinnlicher als das ikonische Original. Von Narciso Rodriguez, 100 ml EdP 120 €.



Fotos: Bruno Dayan/Trunk Archive (1); alle Preise unverbindlich



**50 JAHRE**  
**WEIL WIR ES UNS**  
**WERT SIND**

**50 JAHRE FÜR STARKE FRAUEN**

**L'ORÉAL**  
PARIS

UNSER  
ENGAGEMENT  
GEMEINSAM MIT

DKMS LIFE  look good feel better  
Gemeinsam gegen Krebs auf [dkms-life.de](https://dkms-life.de)

**STANDUP**

Mache mit auf [standup-deutschland.com](https://standup-deutschland.com)

# PAS DE DEUX

Gemeinsam (noch) schöner: Foundation und Puder, Lippenstift und Gloss als geniale Kombinationen



**SAMTIGER TEINT** Transparent und mattierend: „Backstage Face & Body Powder-no-Powder“ von **DIOR**, 40 €. Für einen Weichzeichnereffekt: „Fluide de Beauté Fini Naturel“ mit Soft-Focus-Pigmenten, von **GUCCI**, 30 ml 58 €. „Skin Fetish Sublime Perfection Foundation“ mit variabler Deckkraft, von **PAT MCGRATH LABS**, 35 ml 69 €. Loser Puder „Skin Paradise Soft Velvet Finishing Powder“ mit lichtreflektierenden Partikeln, von **DEAR DAHLIA**, 6 g 45 €.



Redaktion: Nicola Vidic; Foto: Jens Utzt; alle Preise unverbindlich

**LACKIERTE LIPPEN** „Rouge Allure Laque Exigence“ für extremen Glanz und intensive Farbe, von **CHANEL**, 38 €. Pflege, Glow und Extravolumen: „Total Lip Gloss Akebono Red“ mit Feuchtigkeitsspendendem Lip Care Complex, von **SENSAI**, 45 €. Federleichte Textur und leuchtende Farbe: „Modern Matte Powder Lipstick Kitten Heel“ von **SHISEIDO**, 31 €. „Illicit Nudes The Slim Glow Matte Restricted Pink“ mit Matt- und Schimmereffekt, von **YSL**, 38 €.

# DER DUFT DER INKA

„Casa de Coca“: eine Liebeserklärung von VOGUE-Redakteurin Beatrice Graf an Peru

**S**chon als Fünfjährige wollte ich Parfum tragen, noch bevor ich das Wort richtig aussprechen konnte. Meine Mutter konnte mit dem Begriff „Fafoh“ zuerst nichts anfangen. Irgendwann verstand sie aber, dass „Parfum“ gemeint war. Schöne Düfte haben mich schon früh fasziniert. Allerdings hätte ich mir nie träumen lassen, dass ich eines Tages meine eigenen kreieren würde. Und das noch in Zusammenarbeit mit einem so renommierten Parfumeur wie Bertrand Duchaufour – was ich einer glücklichen Fügung verdanke.

Als Deutschperuanerin bin ich in einer Familie mit zwei Kulturen aufgewachsen. Die Sehnsucht nach dem fernen Land und den Menschen dort hat mich seit meiner Kindheit begleitet. Irgendwann verspürte ich den Wunsch, das spirituelle Flair der Anden in einen Duft zu verwandeln, damit ich diese mystische Kraft immer bei mir tragen konnte. Denn sie prägt mein Lebensgefühl und meinen Stil bis heute.

Inspirierend in Peru ist vor allen Dingen die Natur. Wenn man im Süden des Landes unterwegs ist, spürt man die pulsierende Atmosphäre der Bergnebelwälder, die die Reisenden mit ihrem Zauber umhüllen. In den grünen Anden, in der Höhe des einstigen Inkareichs, entfaltet die Kokapflanze ihre magische Wirkung. Dort, wo das sagenumwobene Machu Picchu auf den Gipfeln der Gebirgskette thront. Die imposanten, weltberühmten Ruinen erzählen von einer Hochkultur, die sich insbesondere durch ihre Architektur, ihren Goldschmuck und ihre Textilien auszeichnete. Auch das sollten meine Parfums widerspiegeln.

Das Kokablatt, dem ich „Casa de Coca“ gewidmet habe, spielte im Inkareich eine zentrale Rolle. Seine Nutzung blieb dabei den Eliten vorbehalten: für rituelle und medizinische Anwendungen, zum Wahrsagen und als energetische Kraftquelle. Bis heute wird es vielfach genutzt.

Mit Kalzium, Vitaminen und Eisen ist das Kokablatt ein Nahrungsergänzungsmittel, verdrängt etwa Hunger und Müdigkeit. Anden-Reisenden werden schon bei der Ankunft gegen mögliche Symptome der Höhenkrankheit Blätter zum Kauen gereicht, die einen grünen, leicht bitteren Geschmack aufweisen. Wegen der möglichen Verarbeitung zu Kokain gibt es allerdings Restriktionen für die Ausfuhr der Nutzpflanze.

Bei unserem ersten Treffen in Paris fragte ich Bertrand Duchaufour als Allererstes: „Haben Sie jemals Kokablätter geatmet, gekaut oder geschmeckt?“ Ich wusste, dass er für große Maisons gearbeitet und für Mar-



1



2



3



4



5

**CASA DE COCA** 1 Gründerin Beatrice Graf. 2 Parfumeur Bertrand Duchaufour. 3 Pretiose im Museo Larco in Lima, Peru. 4 Bildnis des Inka-Eilboten „Chasqui“. 5 Aus den Händen von Christian von der Heide stammen die Flakondesigns. 6 Die Parfums „Paq'os“, „Chasqui“ und „Noche de Coca“, 50 ml EdP 130 €. 7 Kokablätter haben unter anderem heilende Kräfte. 8 Rätselhaftes Weltwunder Machu Picchu. 9 Ruinenstätten entlang des Inka-Trails.

Fotos: imageagency.com (3), Museo Larco (Lima, Peru) (1), Alamy (1), alle Preise unverbindlich



6

ken wie Penhaligon's und Comme des Garçons wunderbare Düfte entwickelt hatte. Allerdings war es mir völlig neu, dass er bereits in jungen Jahren zum Machu Picchu gereist war und es einer seiner besonderen Sehnsuchtsorte war. Bertrand Duchaufour hatte also zu meinem Projekt einen sehr persönlichen Bezug. Vier Monate nach unserem Gespräch reisten wir dann gemeinsam nach Peru.

Als wir dort ankamen, tauchten wir mit allen Sinnen in die magische Welt der Anden ein. Der Parfumeur kostete die Blüten, die trockenen und frischen Blätter der Kokapflanze und ihre Knospen. Er knapste auch einen Zweig ab – Kokasträucher sind robust. Die Parfums sollten die Pflanze, ihren Duft und ihren Geschmack, in ihrem ganzen Facetten-

## Mit Kalzium, Vitaminen und Eisen ist das Kokablatt auch ein Nahrungsergänzungsmittel



8

reichtum spiegeln. „Es ist eine metaphorische Arbeit, da Koka viele grüne Effekte ähnlich wie Tee, Mate und andere pflanzliche Produkte besitzt“, erklärte Bertrand Duchaufour.

Im südfranzösischen Grasse, der Wiege der Haute Parfumerie, wurden die kostbaren Öle schließlich unter seiner Aufsicht verarbeitet. Er verwendete unter anderem Rosa-Pfeffer-Öl, das direkt aus Peru bezogen wurde. Das Parfum wurde von Hand abgefüllt, der Deckel des Flakons nach der

natürlichen Struktur eines Kokablatts designt und farblich der Anmutung des Parfums angeglichen. Bertrand Duchaufour hat für „Casa de Coca“ drei Düfte erschaffen, die den Stellenwert des Kokablatts in der inkaischen Kultur anhand von Figurtypen sichtbar machen sollen.

Das Parfum „Chasqui“ duftet frisch und steht für Koka als Energiequelle. Es ist eine Hommage an den gleichnamigen Eilboten und dessen temporeiche Läufe quer durch das Inkareich – der beliebte Inka-Trail ist ein Vermächtnis des damaligen ausgeklügelten Straßennetzes. „Paq'os“ erinnert an das altinkaische Priestertum und dessen prophetische Aussagen. Und reflektiert mit seiner würzigen Note das Element

der inneren Stärke. „Noche de Coca“ mutet dagegen mit Harzfacetten majestätisch an und lässt mit seinen Duftnoten die alten Regenten und ihre prächtigen Zeremonien wiederaufleben.

Düfte sind etwas Magisches. Ich habe das Gefühl, dass „Casa de Coca“ es geschafft hat, zwei Welten in meiner Seele zu vereinen. Und von ihnen zu erzählen. Meine Parfums sollen die Menschen einladen, in den Inkakosmos einzutauchen. Und auf eine inspirierende Sinnesreise zu gehen, die sie im besten Fall eines Tages direkt ins Land und zu den Menschen nach Peru führt.

BEATRICE GRAF  
Infos auf [Casa-de-Coca.com](http://Casa-de-Coca.com).



9



**POP-UP** Das Serum „Advanced Génifique“ von Lancôme (30 ml 80 €) bekommt einen eigenen Shop im Netz. Der interaktive Store bietet u. a. Tipps einer virtuellen Pflegeexpertin und Influencer-videos. Eine Hautanalyse mittels eines Fotos ermöglicht individuelle Empfehlungen. [Lancome.de/Genifique-Pop-up](http://Lancome.de/Genifique-Pop-up)



„Magic Bar“: die erste feste Gesichtereinigungsreihe von Nivea aus 99 % natürlichen Inhaltsstoffen.

IN 5 VARIANTEN, 75 G 6 €.

**HAIR-ITAGE** Seit 20 Jahren sind die Stylingtools von Ghd die Favoriten der Starstylisten. Hier: der „Platinum+ Styler“ aus der Geburtstags-„Couture Collection“, limitiert, 275 €.



**ALLES GLATT** Die Gel-in-Öl-Emulsion mit patentiertem Wirkstoffkomplex zieht sofort ein, strafft, festigt und modelliert die Körperkonturen. „Le Sculpteur“ von Sisley, 200 ml 181 €.



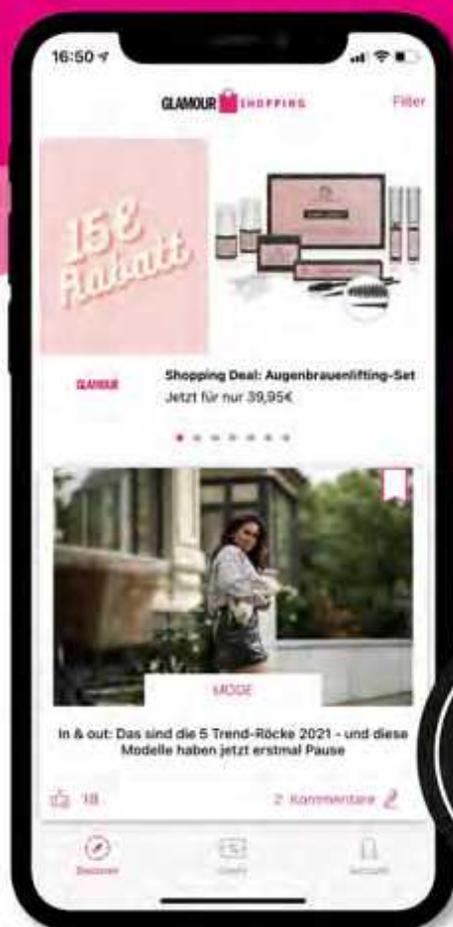
**SONNENTEINT** Der Klassiker von Guerlain besteht nun zu 96 % aus natürlichen Inhaltsstoffen, sorgt aber unverändert für zarte Bräune. „Terracotta Glow-Min Powder“ mit Arganöl, in 6 Nuancen, je 49 €.



**STRAHLEND** Erneuert die Haut und bringt sie zum Leuchten: „Clarify & Brighten Face Mask“ mit Vitamin C und Jojobaöl. Von Nourished3, 75 ml 65 €.



# DEIN DIGITALER SHOPPING-BEGLEITER



♥  
Fashion, Beauty und mehr - erlebe die Vielfalt des GLAMOUR Shopping-Universums und lass dich inspirieren

♥  
Lucky Winner: Versuche dein Glück beim GLAMOUR Rubbellos und hol dir den Gewinn deiner Träume

♥  
Außerdem findest du hier die Shopping-Card und erhältst Zugang zur GLAMOUR Shopping-Week

## UND DAS BESTE:

Auch nach der GLAMOUR Shopping-Week erwarten dich in der App zahlreiche Deals, die dein Shopping-Erlebnis noch schöner und vor allem günstiger machen werden.

**ENTDECKE AB 12.04. DEN NEUEN DEALSBEREICH!**

# HAPPY SHOPPING!



## EINE NEUE GENERATION

Alicia Lindner über Werte und Herausforderungen als Börlind-Geschäftsführerin

**B**ereits als Teenager experimentierte Alicia Lindner im Labor und rührte Cremes – ganz nach dem Vorbild ihrer Großmutter, der Naturkosmetikpionierin Annemarie Lindner, die 1959 die Börlind GmbH im Schwarzwald gegründet hatte. Heute repräsentiert sie gemeinsam mit ihrem Bruder Nicolas die dritte Generation des Familienunternehmens. Voriges Jahr haben sie die Geschäftsführung und damit die Verantwortung für die Marken Annemarie Börlind Natural Beauty und Dado Sens Dermacosmetics übernommen. Die 31-Jährige kümmert sich um Vertrieb und Finanzen und ist dreifache Mutter.

**Wie haben Sie Ihre Großmutter in Erinnerung?**

Sie war immer Unternehmerin und nicht die klassische Oma, die mir das Fahrradfahren beigebracht hat. Sie war diejenige, die mir gesagt hat: „Wenn du bei der Kundschaft bist, musst du länger bleiben als alle an-

deren. Kurz vor Schluss, wenn die Konkurrenz schon eingepackt hat, kommt man am besten mit den Kunden ins Gespräch.“ Das beschreibt ihre Lebenseinstellung ganz gut. Sie ist immer die gewisse Extrameile gegangen. Und das habe ich von ihr gelernt. Aber auch der hohe Qualitätsanspruch und eine nachweisliche Wirksamkeit sind Werte, die sie mir und unserem Unternehmen mitgegeben hat.

**Wollten Sie schon immer in ihre Fußstapfen treten?**

Ich liebe nicht nur Naturkosmetik, sondern habe auch viel Freude am Unternehmertum. So war für mich schon sehr früh klar, dass ich in den Familienbetrieb einsteigen möchte. Als ich etwa 16 Jahre alt war, erzählte mir eine langjährige Kundin, dass sie immer wieder Komplimente für ihre Haut bekomme. Das zeigte mir, wie glücklich man Menschen mit einer guten Pflege machen kann. Schließlich ist die Haut ein wichtiges

Organ, ein Spiegel der Seele. Doch auch unsere internationalen sozialen und ökologischen Projekte, durch die wir viele Inhaltsstoffe beziehen, haben mir den Sinn unserer Tätigkeit verdeutlicht – wir verhelfen Menschen, denen es weniger gut geht als uns, zu einem besseren Leben, indem wir ihnen eine sichere und fair bezahlte Zusammenarbeit anbieten.

#### Was schätzen Sie besonders an Naturkosmetik?

Die Wirkung, die Reinheit, den Duft, die Textur, das Hautgefühl – es sind viele Dinge, die mich nach wie vor faszinieren. Auch die grundlegende Idee, die Haut mit naturidentischen Stoffen statt mit Chemie zu pflegen, ist für mich selbsterklärend. Das Credo meiner Großmutter war von Anfang an: „Was ich nicht essen kann, gebe ich nicht auf meine Haut.“ Das ist noch heute ein Teil unserer Philosophie.

Natürliche Pflege ist seit ein paar Jahren gefragter denn je und auf dem Markt mit vielen neuen Brands vertreten. Probieren Sie selbst auch mal andere Produkte aus?

Es gibt viele spannende Konzepte. Ich bin sehr gern in Geschäften unterwegs und teste mich durch das Sortiment. Mein Handrücken kennt viele Produkte, aber ins Gesicht schafft es nur unsere eigene Kosmetik.

Nun sind Sie in einer Position, in der Sie Produkte ganz nach Ihren Wünschen umsetzen können. Was haben Sie zuerst entwickelt?

Wir haben die Serie „Energynature“ kreiert, eine Pflege für die normale

1 Alicia Lindner. 2 Die Pflegeserie „Rosentau“ von Annemarie Börlind ist ab sofort im neuen Design und mit einer verbesserten Rezeptur erhältlich. Die „Milde Reinigungsmilch“ enthält hochwertige ätherische Öle aus der Damazenerrose sowie der Wildrose Rosa gallica und schützt mit Bio-Alpenrosenblättereextrakt, 150 ml 20 €. 3 Ein weiteres Highlight von Annemarie Börlind: „Abschwellendes Augenserum“ aus der Linie „Energynature“, 7 ml 20 €.

bis trockene Haut bis 30 Jahre, mit Stammzellen der Schwarzwaldrose. Damit haben wir ein neues Segment bedient, das sogenannte Pre-Aging.

#### Hat sich Ihre Zielgruppe verjüngt?

Sie hat sich ausgedehnt! Als mein Bruder Nicolas und ich vor sechs, sieben Jahren im Unternehmen angingen, hörten wir immer wieder den Spruch: „Oh, Annemarie Börlind verwendet meine Mutter.“ Und heute sagen die Leute: „Oh, Annemarie Börlind hat schon meine Mutter immer verwendet, und ich nutze die Produkte auch.“

Ihre Eltern haben Ihnen und Ihrem Bruder Anfang 2020 die Geschäftsführung übergeben. Wie haben Sie sich auf die neuen Aufgaben und den Generationswechsel eingerichtet?

Eine gute Vorbereitung war sicherlich mein interdisziplinäres BWL-

„Mein Handrücken kennt viele Produkte, aber ins Gesicht schafft es nur unsere eigene Kosmetik“

Studium, aber ich habe auch durch den Austausch mit anderen FamilienunternehmerInnen sehr viel gelernt.

#### Zum Beispiel?

Ich habe verstanden, warum viele Generationswechsel scheitern. Es prallen die unterschiedlichsten Vorstellungen, Herangehensweisen und Emotionen aufeinander. Mein Vater sagt immer so schön: „Man kennt sich in der Unterhose und muss plötzlich miteinander arbeiten.“ Wir haben zum Glück sehr früh über potentielle Diskussionsthemen, Erwartungen, erforderliche Qualifikationen und die Verteilung der Aufgaben gesprochen. Es ist wichtig, offen zu kommunizieren und im Falle von Differenzen mit etwas Abstand und Liebe wieder aufeinander zuzugehen. Wesentlich ist natürlich auch, dass die vorherige Generation abgibt. Unser Vater hat uns nicht nur Selbstvertrauen, Halt und Sicherheit vermittelt, sondern auch die volle Verantwortung übertragen, ganz nach dem Motto: Jetzt übernimmst du, ruf mich an, wenn du Fragen hast.

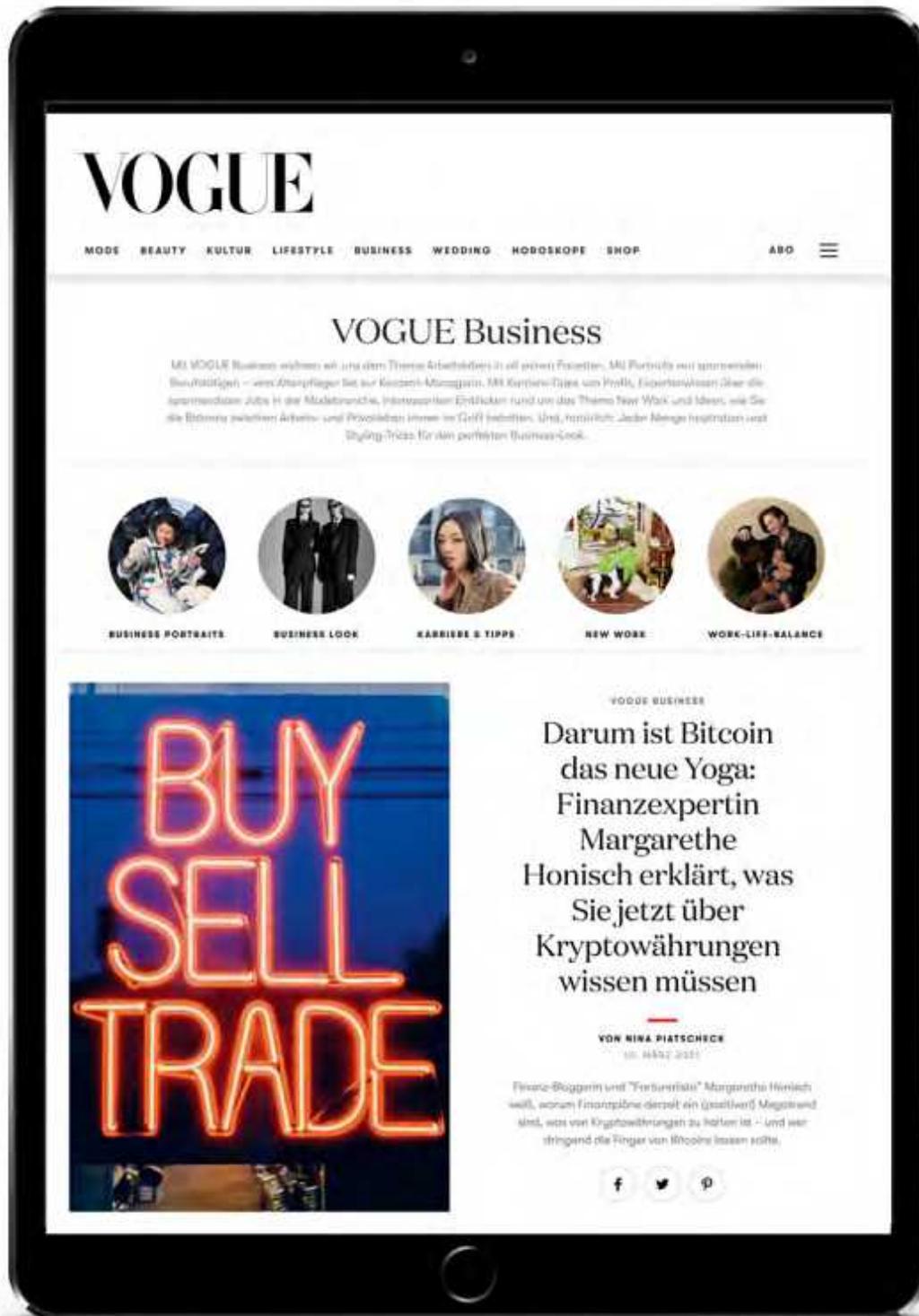
Wenige Wochen nachdem Sie die Geschäftsleitung übernommen hatten, kam Corona. Wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Wir haben die Herausforderung angenommen und uns gesagt: Okay, keiner weiß, wie man am besten mit dieser Situation umgeht, darum machen wir uns jetzt Gedanken und finden einen Weg. Letztlich konnten wir das Unternehmen bislang sehr gut durch die Pandemie steuern. Uns kommt zugute, dass sich die Menschen in der Krise darauf besonnen haben, worauf es ankommt. Made in Germany, die Unterstützung lokaler Betriebe und ein achtsamer Konsum haben weiter an Bedeutung gewonnen. Auch wenn es uns schon vorher bewusst war, wurde in den vergangenen Monaten noch mal sehr deutlich, dass wir uns auf uns als Geschwister, aber auch auf unsere MitarbeiterInnen voll verlassen können.

#### Welches Projekt steht aktuell prominent auf Ihrer Agenda?

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie mit unseren Klimazielen für das Jahr 2025 liegt mir sehr am Herzen. Wir sind schon seit sechs Jahren klimaneutral, streben nun aber die Klimapositivität an. Unser Ziel ist es, mehr Energie ins System zurückzuspeisen, als wir nutzen. Außerdem werden wir unsere sozialen und ökologischen Projekte ausbauen und damit den Schutz von Mensch und Umwelt weiter vorantreiben. BETTINA SAHIN





ALLES ZUM THEMA BUSINESS, NEW WORK  
UND (HOME-)OFFICE-LOOKS FINDEN SIE JETZT AUF  
[vogue.de/s/business](https://www.vogue.de/s/business)



VOGUEDeutschland



@vogue\_germany



@voguegermany



V

O

G

U

E

# S H O W T I M E

Inspirierende Mode-Highlights  
von avantgardistisch bis überglamourös

Rechte Seite: Herrensakko aus Jersey, um 1500 €, und passende Hose von **BALMAIN**.  
Collier: **GIVENCHY**. Plateaus: **VERSACE**.







Diese Seite: Knielanges verschlussloses Cape, um 1400 €, und ärmelloses Top darunter, um 650 €, beides aus Re-Nylon, wie der Rollkragenpullover, um 950 €, von **PRADA**.  
Linke Seite: Wadenlanges Plissékleid mit Volants, von **VERSACE**.



Diese Seite: Minkleid mit plissierten Volants aus beschichtetem Samt, von **ALEXANDRE VAUTHIER HAUTE COUTURE**.  
Ohrschmuck: **BALENCIAGA**. Mules: **JIL SANDER**. Linke Seite: Ockerfarbenes Satinkleid mit abnehmbarem  
schwarzem Tüllrock, um 5900 €, von **LOEWE**. Strümpfe: **WOLFORD**. Pumps: **LOUIS VUITTON**.







Diese Seite: Yves-Klein-blaues Ensemble, bestehend aus einem Wollblazer, um 1300 \$, mit passender Bundfaltenhose, um 900 \$, einer Bluse, um 650 \$, und einem asymmetrischen Plissérock, um 1000 \$, von **CHRISTOPHER JOHN ROGERS**. Strümpfe: **ITEM M6**. Schuhe: **BALENCIAGA**. Linke Seite: Baumwollmantel mit Strickdetails, um 3500 €, von **LOUIS VUITTON**. Strumpfhose: **FALKE**. Slingbacks: **PRADA**.

Kugelförmiges, mit Federn verziertes Minikleid von **HALPERN**. Strumpfhose: **CALZEDONIA**.  
Sandaletten: **SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO**. Ohrschmuck: **BALENCIAGA**.









Diese Seite: Seidenkleid, um 6700 €, von **DIOR**. Latexbody darunter, um 230 £, von **ATSUKO KUDO**.  
Socken und Sandaletten (auch gegenüber): **GIVENCHY**. Linke Seite: Top mit Kordeldecor  
im Rücken, um 1100 €, und passender Rock, um 1600 €, aus einer Seiden-Baumwoll-Mischung,  
von **SALVATORE FERRAGAMO**. Ohrschmuck: **BALENCIAGA**.



Diese Seite: Mit Stäbchenpailletten und Kristallen bestickte Jacke, um 1200 €, von **GIORGIO ARMANI**. Body aus Latex, um 230 €, von **ATSUKO KUDO**. Stiefel: **ALEXANDRE VAUTHIER HAUTE COUTURE**. Ohrschmuck: **BALENCIAGA**. Rechte Seite: Kunstvoll drapierter wadenlanger, aus technischen Textilien gefertigter Mantel in changierenden Rosatönen, um 9700 €, von **NOIR KEI NINOMIYA**.  
Model: Dija Kallon für Her Management. Frisuren und Make-up: Kenny Campbell. Setdesign: Rebecca Martin. Produktion: Julius Salvermoser. Modeassistentz: Anastasia Scheel.



# GUINEVERE



# & FRIENDS

**GUINEVERE** trägt eine Patchworkjacke und -shorts von **DOLCE & GABBANA**, wie das Bustier aus Vintage-Blüten ges. bei Paumé Los Angeles. Zweifarbige Strumpfhose: **FALKE**.

**FOTOS: GUINEVERE VAN SEENUS / STYLING: MICHAEL PHILOUZE**

VOGUE APRIL 2021



**BEAU** in einem grauen Anzug von **J. MUESER**. Darunter ein hellgrauer Pullunder mit Rollkragen, von **BOGLIOLI**.  
**GUINEVERE** trägt einen weißen Blazer mit passender Hose von **HUGO BOSS**.



**ESTHER** trägt einen Rollkragenpullunder und Schuhe von **PRADA**. Mit Herzen verzierte Corsage von **LOU DE BÊTOLY**. Strumpfhose: **CALZEDONIA**.



**SASKIA** in einer verzierten Patchworktunika von **MICHAEL SYLVAN ROBINSON**. Lippenstift: „MatteTrance Guinevere“ von **PAT MCGRATH LABS**.

# New York State of Mind: Model Guinevere van Seenus hat Freunde und Familie für VOGUE fotografiert



**N**ew York City hat sich im letzten Jahr verändert. Weil der Lockdown alles verändert hat. Die Stadt leerte sich, und was immer die Version von New York vor der Pandemie ausgemacht hat, wich anderen Dingen. Die Vororte füllten sich, die Kreativen zogen an den Strand. Und die Stadt begann aufzuatmen. Das New York meiner Kindheit flackerte wieder auf, mit seinen leeren Bürgersteigen und Straßen. Wenn ich nachts mit den Hunden spazieren ging, brauchte ich keine Leine. Der Times Square wurde retro. Es fühlte sich so an wie in den 1980er Jahren, als man von demselben Menschen ausgeraubt wurde, von dem man vorher seine Drogen gekauft hatte. Die Sirenen der Krankenwagen signalisierten allerdings, was diese Veränderung hervorgerufen hatte. Die Dichte der Stadt, die auf ihrer Fläche von 780 Quadratkilometern Opfer aushustete, schien sich in unseren eigenen vier Wänden zu komprimieren. Und wir waren uns nicht sicher, ob wir den Kühlwagen vor dem Elmhurst Hospital entgehen würden.

Guinevere und ich, meine beiden Töchter Ella und Esther, unsere drei Hunde und zwei Katzen umkreisten einander in dieser neuen Realität in einer Manifestation der Liebe.

Ich spielte klassische Gitarre, Esther ebenfalls. Ella malte und zeichnete Porträts für einen Podcast, den ich produzierte, wenn ich nicht gerade auf dem Dach war und an Marmorskulpturen meißelte. Guinevere drehte ellenlange Filme und fertigte Schmuck an. Manchmal machte sie Aufnahmen von sich für ein Magazin oder arbeitete aus der Ferne mit vertrauten Partnern wie Mert und Marcus und Chris Colls. Wir taten die Dinge, die unser Verstand, unsere Hände und Finger von allein tun, ohne groß darüber nachzudenken.

Guinevere und ich sahen uns alle Filme von Elia Kazan an, einschließlich *Unter Geheimbefehl*, in dem es um einen Ausbruch der Lungenpest in New Orleans geht – ein Werk, das das Missmanagement der Krise durch den ehemaligen Präsidenten Trump vorwegnahm. Wir machten uns Sorgen, weil Esther nichts zu tun hatte. Wir arbeiteten noch mehr. Ich beobachtete, wie Ella und Esther die Grausamkeit und die Magie des Zufalls erforschten. Wir versuchten, gesund zu bleiben. Und wir bewegten uns mehr in den sozialen Medien als sonst, weil wir so Einblicke in die Leben unserer Freunde bekamen, die wir nicht persönlich sehen konnten. Guinevere und ich verbringen gern Zeit mit anderen kreativen Menschen, aber jedes Mal wenn wir den Impuls hatten,

jemanden zu besuchen, fühlte sich das an wie versuchter Mord. Einige wollten wir unbedingt sehen. Kirsten Owen war eine von ihnen. Aber wir lebten am heißesten Virushotspot der Welt, und ihr Haus in Vermont hätte genauso gut auf dem Mond liegen können. Wir sprachen auch immer wieder über Christina Kruse, weil ich so viele Stunden auf dem Dach mit Bildhauerei verbrachte. Kontaktiert haben wir sie nie.

Ein paarmal haben wir allerdings Saskia und ihren Ehemann Vincent van de Wijngaard upstate zum Brunch besucht, und Guinevere und Yelena Yemchuk trafen sich ab und zu. Ich blieb mit den Tieren daheim und sah mir Yelenas Collagen online und auch in einer Kampagne für Ulla Johnson an. Und die Bilder von Sasha, Miri, Mathilda und Tallulah, die später in einer Werbekampagne auftauchten. Saskia postete Bilder vom Schnee. Vincent postete seine Magie. Guinevere verreiste, und ich fragte mich wirklich, ob uns das umbringen würde. Doch ich genoss die radikale Stille, die das Alleinsein in einer Pandemie mitten in der Nacht mit sich brachte. Cass Bird hat uns ein paar Tage lang im Wald fotografiert.

Sonst haben wir uns mit Blicken aus dem Instagram-Fenster zufriedengegeben. Dort entdeckten wir die Textilkunst von Michael Sylvan Robinson. Michael und ich waren auf demselben College, aber ich kannte ihn damals noch nicht. Seine Arbeiten stellen Identität und Politik lebendig dar. Als die Proteste im ganzen Land immer hitziger wurden, bildete sein farbenfrohes Werk als eine Art Wandteppich die sozialen Unruhen ab, die sich überall um uns herum abspielten.

Beziehungen leben in der Erinnerung weiter, auch wenn sie beendet sind. Und werden zur richtigen Zeit wiederbelebt. So ist es auch in New York. Dieses Shooting brachte viele Kreative zusammen, die sich seit vielen Jahren in den gleichen Strömungen bewegen. Die Kreativ-Crew fügte dem Ganzen eine weitere Verbindungsebene hinzu – eine Version von New York voller Musen, die schon lange befreundet sind, im selben Raum wie wir – Guineveres private Musen. Ellas Blumengemälde an Esthers Schlafzimmerwand ergab sich einfach so, genau wie ihre Tätigkeiten als Hundesitterin und Fotoassistentin. Esther traf mit Guinevere

in jenem seltsamen Raum zusammen, in dem gute Bilder entstehen. Wir gehörten zu den New Yorkern, die es sich hätten leisten können zu gehen. Aber wir taten es nicht. Wir blieben daheim, gemeinsam mit Millionen anderen, die keine andere Wahl hatten. New York wird immer die Patina des Jahres 2020 tragen, genau wie diese Arbeiten. Wenn die Orte, an denen wir leben, in unsere DNA übergehen und die Gravitati-



on des Mondes unsere Stimmungen beeinflussen kann, dann hat auch dieses ortsspezifische Licht sehr viel Kraft und auch die Gerüche und Geräusche und Sehenswürdigkeiten der Städte, die uns prägen. Diese Bilder zeigen einen bestimmten Ort in einer angsterfüllten Stadt. Und den Druck und die genaue Stimmung eines Augenblicks, der nicht so war, wie irgendjemand ihn haben wollte, sondern wie er tatsächlich war.



**ELLA** in einem Minikleid von **LOUIS VUITTON**. Hund James trägt eine Vintage-Fliege von **LANVIN**, ges. bei Paumé Los Angeles.



**BEAU** trägt einen grauen Anzug und ein weißes Hemd von **J. MUESER**. **ELLA** in einem schwarzen Anzug von **EMPORIO ARMANI** mit cremefarbener Bluse von **SALVATORE FERRAGAMO**. **ESTHER** trägt einen schwarzen Anzug von **JIL SANDER** und eine Bluse in Hellblau von **GUCCI**. **GUINEVERE** in einem anthrazitfarbenen Oversize-Anzug und hellblauem Hemd von **RALPH LAUREN COLLECTION**.



**CHRISTINA** in einem Komplettlook von **CHARLES DE VILMORIN**.



Von links: **MARIBEL** trägt einen schwarzen Bolero von **GUCCI**. Schwarzer Vintage-Body und kurze schwarze Strumpfhose von **COMMANDO**.  
**YELENA** in einem zweireihigen weißen Anzug von **ETRO**. Beide Hüte: privat.



**ELLA** und **ESTHER** tragen bestickte Minikleider von **LOU DE BÈTOLY**. Darunter BHs von **ARAKS**.



**GUINEVERE** trägt ein durchgeknöpftes langes Kleid und eine Blütenkette aus Federn um den Hals, von **JIL SANDER**.  
Lippenstift: „Velvet Matte Sex Machine“ von **NARS**. Vintage-Schleifenband auf dem Kopf von Hund Ashley: ges. bei Paumé Los Angeles.  
Frisuren: Romina Manenti für Home Agency. Make-up: Kuma für Streeters. Modeassistentz: Alban Roger.



# ZURÜCK ZUR NATUR

In der jüngsten „Blue Book“-Kollektion zelebrieren Tiffany & Co. die schönsten „Colors of Nature“



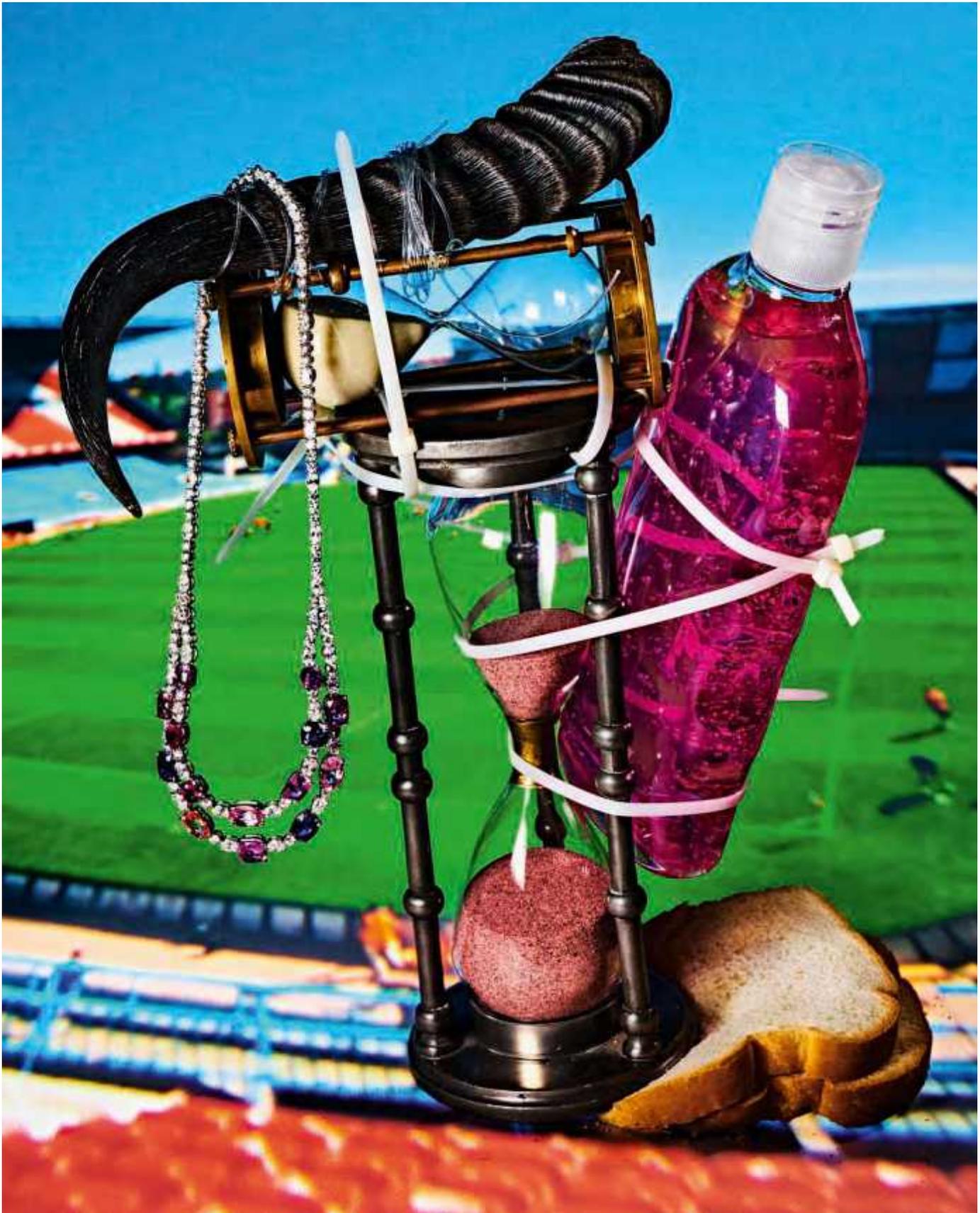
Diese Seite: Collier aus Gelbgold mit pfirsichfarbenen Morganiten (213 ct) und grünen Beryllen (181 ct) jeweils im Kissenschliff sowie Diamanten (25 ct). Linke Seite: Platincollier mit Rubelliten im Smaragdschliff (99 ct) und Diamanten (6 ct).



Diese Seite: Kette aus Gelbgold und Diamanten (37 ct) mit einem zweifarbigen Zoisit im Smaragdschliff (48 ct), umrahmt von Baguettediamanten (3 ct). Rechte Seite: Gelbgoldohrhänger mit Südseeperlen und Diamanten (4 ct).







Diese Seite: Zweireihiges Platincollier mit pinkfarbenen (18 ct), violetten (8 ct) und Padparadscha-Saphiren (12 ct) sowie Brillanten (25 ct). Linke Seite: Gelbgoldcollier in Y-Form mit einer Melo-Melo-Perle (95 ct) und Diamanten (24 ct).  
Setdesign: Andrea Stanley für Exposure NY.



# PLUS-ONE

VOGUE bat DesignerInnen, eine Person ihrer Wahl modisch und fotografisch in Szene zu setzen

**MARIA GRAZIA CHIURI**  
fotografierte Rachele Regini

„Die Frauen von heute zu kleiden ist meine Herausforderung bei Dior. Meine Tochter steht mit ihren Stärken und ihrer Zerbrechlichkeit für eine neue Generation, die fähig ist, sich einer Welt zu stellen, die sich ständig verändert. Unsere gemeinsamen Gespräche sind ein Hinterfragen meiner kulturellen Einflussnahme. Ein kühnes, kostbares Stück wie der silberne Leder-Jumpsuit ist perfekt für Rachele.“

Jumpsuit, um 6700 €, von **DIOR**.

**MICHAEL KORS**

fotografierte Julia Nobis

„Julia läuft seit Jahren auf meinen Schauen. Sie bringt das Gesamtpaket mit: einen klugen Kopf, Schönheit und Mitgefühl. Und sie hat die Energie, die perfekt zu dieser Saison passt, in der es um Leichtigkeit und Sensibilität geht.“

Kaschmirpullover, um 990 €, Hose, um 820 €, und handgeflochtene Ledertasche von **MICHAEL KORS COLLECTION**.



**DANIEL ROSEBERRY**

fotografierte Maggie Maurer

„Wenn ich Maggie fotografiere oder mir Videos von ihr ansehe, möchte ich immer, dass sie spricht. Sie sieht für mich wie eine oscarprämierte Schauspielerin aus. Ich warte sehnhchst darauf, dass ihre Schauspielkarriere beginnt. In der Zwischenzeit hat sie einen Vollzeitjob nicht nur als meine Muse, sondern auch als eine sehr liebe Freundin.“

Cape und Ohrringe von **SCHIAPARELLI**  
**HAUTE COUTURE.**





**VICTORIA BECKHAM** bat **BROOKLYN BECKHAM**,  
Nicola Anne Peltz zu fotografieren

„Als VOGUE mich fragte, ob ich jemand, den ich bewundere, fotografieren könne, hielt ich es für das Beste, die Aufgabe dem Fotografen in unserer Familie zu überlassen: meinem ältesten Sohn Brooklyn. Er fotografierte seine wunderschöne Verlobte Nicola in L.A., wo sie gerade mit dem Schreiben, Produzieren, der Co-Regie und dem Spielen der Hauptrolle für ihren neuesten Film ‚Lola James‘ beschäftigt war.“

Oben: T-Shirt, um 100 €, und Patchworkjeans, um 490 €.  
Rechts: Spitzenkleid, um 2150 €; alles von **VICTORIA BECKHAM**.



Frisuren: Ken Paves. Make-up: Kendal Fedall.



### **THEBE MAGUGU**

fotografierte Ponahalo Mojapelo

„Ich habe Ponahalo gewählt, weil sie gerade erst 21 geworden ist und mich trotzdem mit ihrem Ehrgeiz, Talent und Stil inspiriert. Seit drei Saisons ist sie meine Muse und erinnert mich immer wieder daran, selbstbewusst zu sein und dass man sich nicht davon beeinflussen lassen sollte, was die Leute über einen sagen. Sie ist Autorin, DJ und Model – und alle drei Dinge macht sie mühelos und fabelhaft.“

Wollstrickkleid, um 675 €, von **THEBE MAGUGU**.

**ANDREAS KRONTHALER**  
fotografierte Vivienne Westwood

„Ich habe Vivienne zuletzt jede Woche für ihre ‚Big Picture‘-Reihe fotografiert, eine Videoserie, in der es um ihren Plan geht, den Klimawandel zu stoppen. Das hat uns beiden geholfen, um im vergangenen Jahr einen Rhythmus zu finden. Es gab und gibt uns immer noch eine Struktur, mir auf kreativer Ebene und Vivienne für ihren Aktivismus.“

Top, Rock, gestrickte Stulpen und Schuhe von **ANDREAS KRONTHALER FOR VIVIENNE WESTWOOD**.





**VERONICA ETRO**  
fotografierte Miriam Leone

„Meine Freundschaft mit Miriam ist noch sehr jung, aber in letzter Zeit stark gewachsen. Ich habe sie durch meine Arbeit kennengelernt. Miriam ist eine sehr kluge Frau und talentierte Schauspielerin und hat meine ganze Wertschätzung und Bewunderung. Ihr Lächeln ist ansteckend.“

Kleid, um 2520 €, und Gürtel von **ETRO**.

# ALBER ELBAZ TRIFFT ALBER ELBAZ

Zurück mit einem eigenen Label namens AZ Factory und so persönlich wie nie: Für VOGUE führt Alber Elbaz ein Gespräch mit sich selbst

**W**ie lange war er jetzt eigentlich weg? Drei Jahre? Vier Jahre? Tatsächlich war es im Oktober 2015, als News die Runde machten, Alber Elbaz habe von seinem Arbeitgeber Lanvin die Kündigung erhalten. Ausgerechnet Elbaz, der das Pariser Mode-

haus mit so viel Schneiderkunst und liebevollen Details wieder zum Leben erweckt hatte, der sich mit dicker schwarzer Brille und Fliege und jeder Menge Karikaturen von sich selbst zum Kunstwerk machte und in Interviews so ehrlich und humorvoll auf Fragen antwortete wie kaum jemand sonst in der Modewelt. Lanvin hat sich von der Trennung bis heute nicht wirklich erholen können. Elbaz startete nun Ende Januar, nach ein paar einmaligen Designkooperationen, sein eigenes Label AZ Factory.

Es basiert auf Innovationen und Technologien und wurde aus dem sehnlichen Wunsch heraus geboren, Diversität und Inklusivität zu fördern. Von Schmuck bis Sneakers gibt es alles, was in den Kleiderschrank gehört. Das Spannendste ist die Größentabelle der Kleider, die von XXS bis XXXXL reicht. Kurz nach dem Launch auf Net-A-Porter waren es vor allem die „Randgrößen“, die nur noch in geringen Beständen verfügbar waren. Für Elbaz nicht nur der Beweis dafür, wie eine Modemarke im Jahr 2021 zu funktionieren hat, sondern auch ein Kompliment. „Dass ich auf Anhieb so viele unterschiedliche Frauen mit meinen Kleidern begeistern konnte, hat mich sehr berührt“, sagt er. Weil er die Dinge gern persönlich angeht, führt er auch dieses Interview mit sich selbst. **Alber, die Leute tun immer so, als hätten wir in den vergangenen fünf Jahren einen Trip zum Mond unternommen.**

Dabei waren wir mehr denn je auf der Erde unterwegs, in Parks zum Spazieren und an Universitäten, um Mode zu unterrichten.

**Wo wir übrigens diejenigen waren, die am meisten gelernt haben.** Über eine Generation, die schön ist von innen und von außen, weil sie mit so viel Ideologie an die Zukunft der Mode geht, mit viel mehr Ideo-

logie als die Menschen in unserem Alter. **Und wir haben noch eine zweite Sache gelernt, nämlich dass das Füllen von Urteilen nicht unser Ding ist.**

Wir haben uns ja selbst schon nicht gern beurteilen lassen. Das war eines unserer größten Probleme, als wir bei Lanvin noch so viele Kollektionen und Shows gemacht haben. Wir haben uns immer wie Kriminelle gefühlt, wenn Menschen nach einer Präsentation zu uns sagten, dass ein Rock von uns zu lang oder zu kurz sei, die Silhouette eines Ärmels nicht so richtig gut zur Jacke passe, ein Absatz zu hoch, zu flach, zu schmal, zu dick wäre – oder sogar ein Rot zu rot.

**Was für eine Person richtig ist, mag für eine andere nicht richtig sein.**

Deshalb ist es aber nicht falsch.

**Weißt du noch, als wir durchs Unterrichten auch Jurymitglied von Designwettbewerben wurden?**

Wir haben gesagt, dass wir das lieber sein lassen wollen, und haben angeboten, vor

dem Finale zu kommen. Um den StudentInnen zu helfen, um ihnen eine andere Perspektive anzubieten.

**Nur eine andere, keine bessere.**

Weil alles, was DesignerInnen kreieren, stets auch ein Teil von ihnen ist. **Wie ein eigenes Baby?**

Ein Produkt zu entwerfen ist wirklich fast so, wie ein Kind auf die Welt zu bringen. Zumindest in unserer Vorstellung, denn schwanger →







werden können wir ja nun nicht. Vollkommen klar aber ist, dass Eltern manchmal die Realität ihrer eigenen Kinder nicht sehen. Hin und wieder braucht es einen Babysitter, der ihnen sagt: Hey, dein Sohn oder deine Tochter könnte doch langsam auch einmal lernen, mit Messer und Gabel zu essen.

**Wir dürfen unsere Recherchereise nach Palo Alto, Kalifornien, nicht vergessen. Da sind wir hin, um IngenieurInnen und ErfinderInnen zu treffen, die unser Denken schlussendlich verändert haben.**

Man hat für uns ein Dinner gegeben. Wir dachten erst, es würde fürchterlich werden, weil wir die Sprache der Menschen nicht sprechen. Am Ende war es fabelhaft. Es wird dort so viel über Menschlichkeit, Schönheit, Nachhaltigkeit und Design nachgedacht. Es geht um Fortschritt, um Innovation, um das Lösen von Problemen und nicht ums Wälzen von Problemen.

**War es in all der Zeit, in der wir nicht in der Mode gearbeitet haben, auch manchmal langweilig?**

Es gab viele Tage voller Langeweile, aber auch die Erkenntnis, dass Langeweile eine wichtige Zutat für Kreativität und fürs Nachdenken ist.

**Wir haben wie Outsider auf die Modebranche geschaut.**

Und versucht, das loszuwerden, wovon alle in der Mode viel zu viel haben: Ego. Unser Ziel wurde es stattdessen, etwas wirklich Bedeutungsvolles zu schaffen. Etwas, das alle Frauen einschließt.

**Nennen wir es eine neue Art „spanx“?**

Kleider aus Stoffen, die Frauen umarmen, halten und supporten. Denn Supporten ist weitaus wichtiger als Pushen. Frauen, die XXXL tragen, sind wunderschön ohne Hunderte Lagen Stoff, die ihre Körper bloß kaschieren.

**Ist es denn nicht völlig verrückt, dass es immer noch als Kompliment wahrgenommen wird, wenn man eine Frau fragt, ob sie abgenommen hat?**

Es ist einfach falsch. Über Körper wird viel zu wenig ehrlich gesprochen. Es heißt immer, in der Welt von heute gehe es um Transparenz und um ein Umdenken. Aber ist den Leuten eigentlich überhaupt klar, was Transparenz und Umdenken bedeuten? Die Welt ist eher voller Lügen und nicht voller Liebe.

**Wir sind selbst mehrgewichtig.**

Und um andere Menschen überhaupt lieben zu können, mussten wir zunächst einmal uns selbst lieben lernen.

**Die Arbeit an den Kleidern war wirklich alles andere als einfach.**

Aber nicht nur wegen uns selbst, sondern auch weil das richtige Garn gefunden werden und der Stoff und die richtigen Schnitte entwickelt werden mussten. Außerdem wollten wir einen Reißverschluss am Rücken der Kleider anbringen, den Frauen bequem selbst schließen können, damit sie keine Hilfe von jemand anderem mehr dabei brauchen. Und Bügel, die beim Kleid eigentlich vorn sitzen, haben wir nach hinten gelegt, für eine bessere Körperhaltung.

**Und dann war da auch noch Corona.**

Das ganze Arbeiten mit der Maske, hinter Glas und mit Desinfektionsmittel, obwohl man als DesignerIn eigentlich daran gewöhnt ist, alles

anfassen und überall nah rangehen zu können. Lieferungen kamen zu spät, Termine konnten nicht stattfinden. Alles dauerte länger als früher.

**Sind wir jetzt glücklich mit unserem Neugeborenen AZ Factory?**

Überglücklich, aber, um mal beim Bild der Geburt zu bleiben: Wir lagen ganz schön lange in wirklich heftigen Wehen.

**Wann kam uns Mode als eine Sache für unsere Zukunft eigentlich zum ersten Mal so richtig in den Sinn?**

Da waren wir noch sehr klein. Mit zwei oder drei Jahren stakten wir zu Hause in den Kleidern und High Heels unserer Mutter herum, sehr zur Freude unserer Geschwister. Mit fünf Jahren fingen wir an, Frauen zu malen. Keine Mode. Nur Frauen – Prinzessinnen und Königinnen und elegante Damen, dabei, wie sie einen Tag in der Stadt verbrachten.

**Stell dir vor, wir könnten noch einmal ganz von vorn beginnen: Würden wir wieder Designer werden?**

Kein Zweifel, das würden wir nicht.

**Was dann?**

Arzt. In der Mode sagen sie einem, man ist immer nur so gut wie die nächste Kollektion. In der Medizin geht es um Langlebigkeit.

**Aber wir sind Hypochonder!**

Natürlich sind wir das. Aber ein Familienarzt zu sein wie der Mann von Madame Bovary, ein Arzt für ein ganzes Dorf, das wäre ein Traum.

**Welchen Rat würde uns unser 18-jähriges Selbst geben?**

Es würde uns sagen, dass wir ein bisschen mehr Sport machen könnten und unbedingt Medizin studieren sollten.

**Warum ist Medizin eigentlich so ein wichtiges Thema für uns?**

Ein guter Freund, der Arzt ist, hat uns mal folgende Frage gestellt: Wenn Menschen sich heute ihre eigenen Körper kaufen können, etwa mit speziellen Workouts oder plastischer Chirurgie, wenn der Körper also eigentlich das neue Kleid ist, was ist dann die Aufgabe eines Designers? Den Körper zu enthüllen oder zu verdecken?

**Das ist keine einfache Frage.**

Nicht alles braucht eine Antwort.

**Was inspiriert uns?**

Worte. Wer schreibt und spricht, arbeitet nur mit dem Kopf und ohne Spezialeffekte wie etwa DesignerInnen, die auf alle möglichen Textilien, Farben und Stickereien zurückgreifen können. Wer die richtigen Worte findet, ist ein Künstler. Bilder inspirieren uns eher weniger.

**Und Vintagemode überhaupt nicht.**

Vintagemode ist so deprimierend, weil sie so phantastisch und wunderschön ist, dass wir sie nie im Leben noch einmal so hinbekommen würden. Neben ihr fühlen wir uns einfach so klein. Außerdem sollte es bei Mode immer um das Hier und Jetzt gehen. Als das Atelier von AZ Factory eröffnet wurde, sind wir nicht umsonst vorher auf den Flohmarkt gegangen, haben dort ein altes Paillettenkleid gekauft, es in die Mitte des Raums gestellt und ein Schild drangehängt, auf dem stand: „No Vintage, please!“

**Alber, warum tragen wir eigentlich so gern Fliegen?**

Schau doch nur mal, wie schön sie unser Doppelkinn umrahmen!

## „Ein Familienarzt wie der Mann von Madame Bovary zu sein wäre ein Traum“





# BILDEND SCHÖN

Edie Campbell im Look des Skulpteurs Constantin Brâncuși und über ihre Liebe zur Natur

Diese Seite: Jacke, um 945 €, und Overall, um 1120 €, aus hellgrauem Leinen, von **ALBERTA FERRETTI**.  
Ledergürtel (wie gegenüber): **MARGARET HOWELL**. Ring (auch auf folgenden Seiten): privat. Linke Seite: Gelbe  
Jacke mit braunen Details, um 1350 €, von **MIU MIU**. Sandfarbenes Baumwollhemd, um 240 €, von **DOPPIAA**.  
Beige Herrenhose, um 990 €, von **GIORGIO ARMANI**. Socken: **MARIA LA ROSA**. Loafer: **CHANEL**.

**FOTOS: GIAMPAOLO SGURA / STYLING: CHRISTIANE ARP & MIGUEL ARNAU**



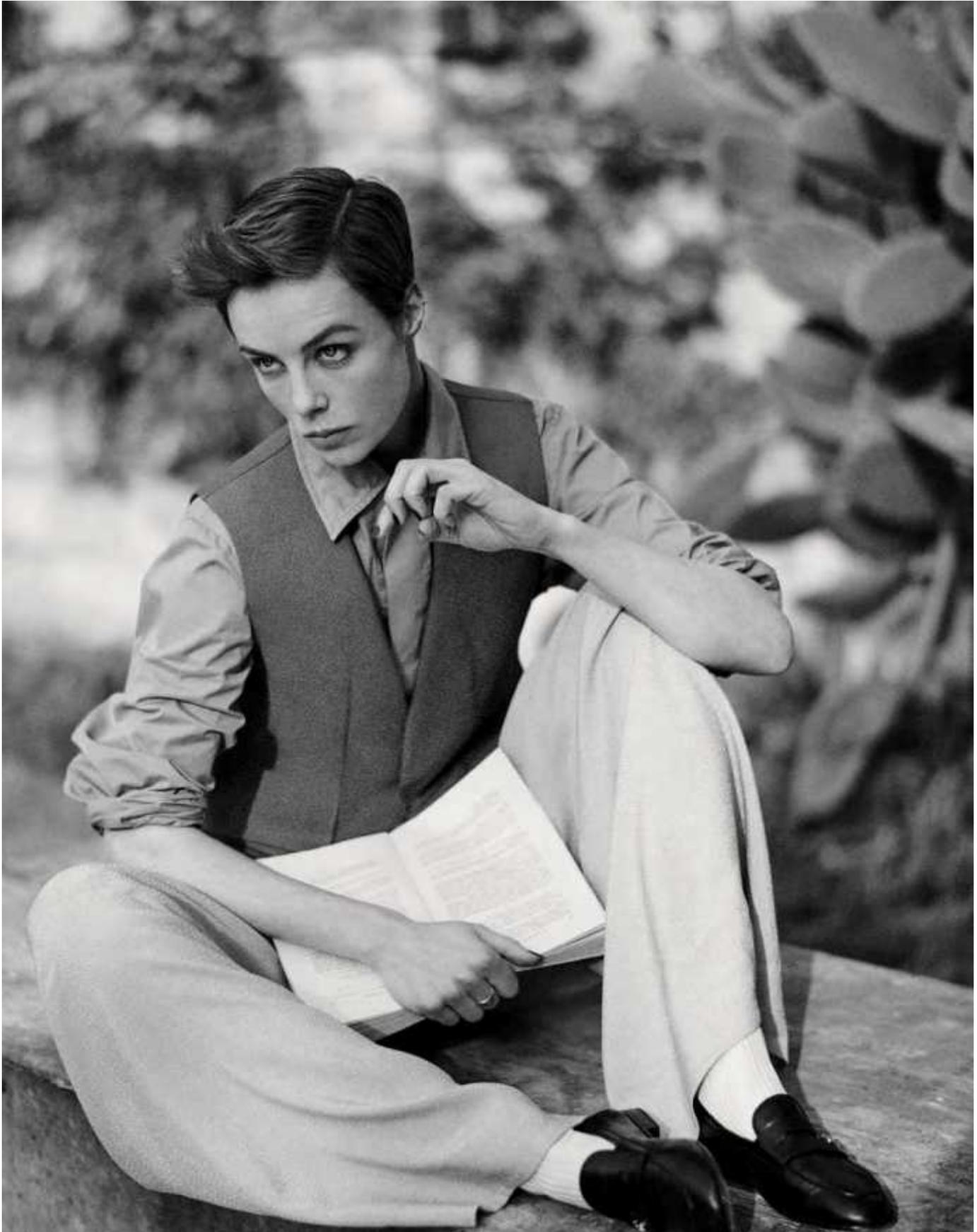
Diese Seite: Beiger Jumpsuit mit Revers, um 2130 €, von **ISSEY MIYAKE**. Weißes Baumwollhemd, um 350 €, von **CELINE HOMME BY HEDI SLIMANE**. Rechte Seite: Baumwollhemd, um 850 €, und Hose aus Leinencanvas, um 950 €, von **BOTTEGA VENETA**. Ledergürtel: **MARGARET HOWELL**. Lidschatten aus der Palette „5 Color Couture Palette Saharienne“, Lippenstift „Rouge Pur Couture Prime Beige“ und Nagellack „La Laque Couture Rouge Over Noir“ von **YSL**.







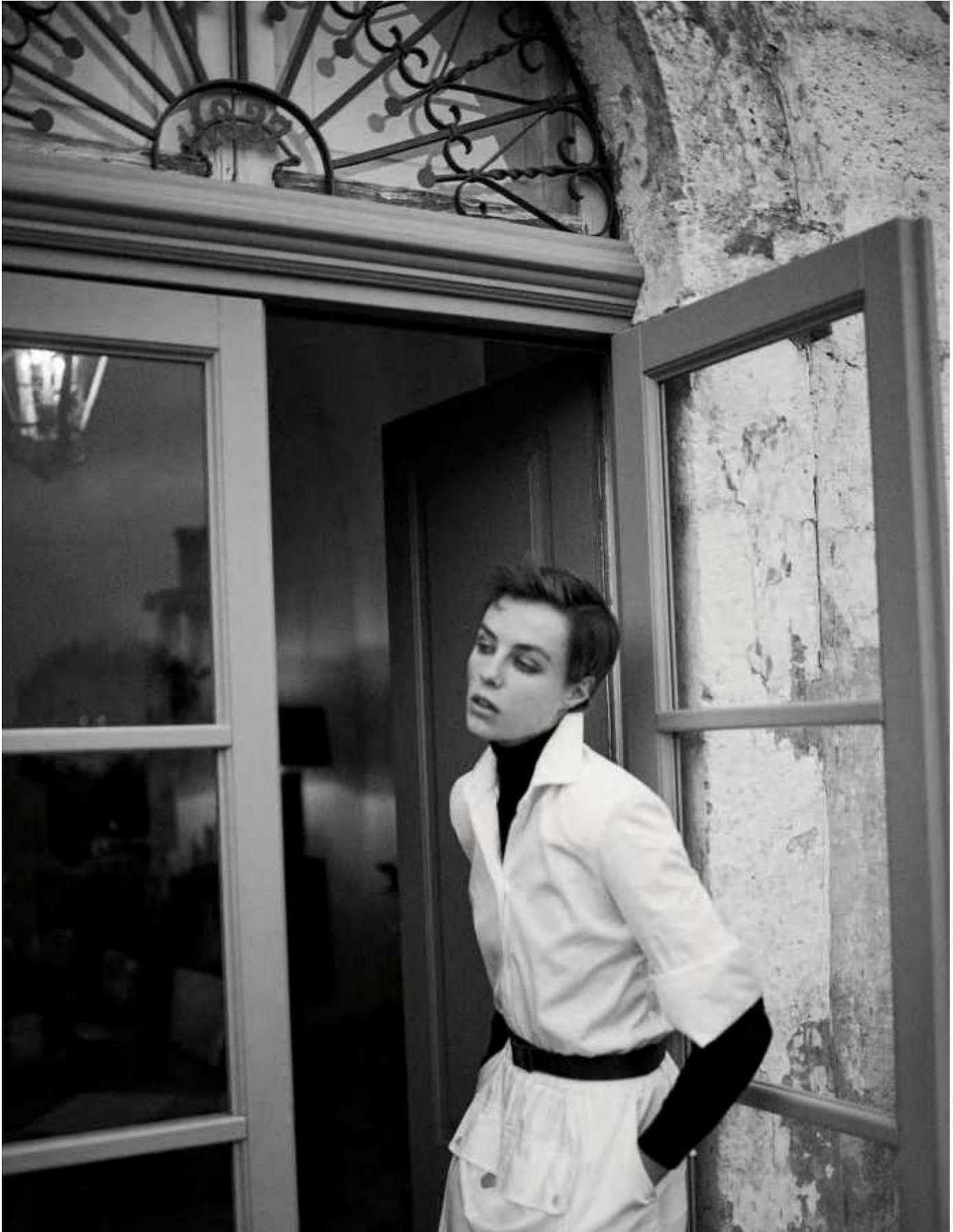
Diese Seite: Nachtblauer Männeroverall aus Schurwolle, von **HUGO BOSS**. Weiße Bluse, um 695 €, von **JIL SANDER**.  
Ledergürtel: **MARGARET HOWELL**. Socken: **MERZ B. SCHWANEN**. Sandalen: **BIRKENSTOCK**. Linke Seite: Schwarze Tweedjacke  
mit angesetztem weißem Kragen und Manschetten, um 8270 €, und passender kurzer Rock, um 2320 €, von **CHANEL**.



Diese Seite: Cognacfarbene Männerweste, um 930 €, von **ERMENEGILDO ZEGNA**. Beiges Baumwollhemd, um 360 €, von **DRIES VAN NOTEN**. Sandfarbene Hose, um 945 €, von **ALEXANDRE VAUTHIER**. Socken: **MARIA LA ROSA**.  
Loafer: **CHANEL**. Rechte Seite: Wollpullunder, um 170 €, von **MHL BY MARGARET HOWELL**. Seidenbluse und Hose aus Wolle mit Seide, je um 525 €, und Ledergürtel von **MARGARET HOWELL**.







Diese Seite: Weißer Body mit überlangen Ärmeln, um 305 €, und knöchellanger, geschlitzter Rock, um 330 €, aus Baumwolle, von **MAX MARA**.  
Schwarzer Baumwollpulli, um 350 €, von **CELINE BY HEDI SLIMANE**. Ledergürtel (auch gegenüber): **MARGARET HOWELL**.  
Linke Seite: Männerjacke aus cremefarbenem Veloursleder, um 5300 €, passende Bermudas, um 3300 €, und Hemd, um 6700 €, von **FENDI**.



Diese Seite: Hemdbluse aus Baumwolleleinen, um 1200 €, und passende Hose, um 1100 €, von **HERMÈS**.  
Baumwollhemd, um 450 €, von **CHARVET**. Rechte Seite: Dunkelblaue Baumwolljacke zum Binden, um 1900 €, und  
passende Hose, um 1150 €, wie auch die weiße Baumwollbluse von **DIOR**. Ledergürtel: **MARGARET HOWELL**.







Diese Seite: Herrenblazer aus Baumwolle mit Leinen, um 1750 €, und passende Hose, um 630 €, von **SALVATORE FERRAGAMO**. Leinenhemd, um 225 €, von **DOPPIAA**. Socken: **MARIA LA ROSA**. Mokassins: **CELINE HOMME BY HEDI SLIMANE**. Linke Seite: Beiges Herrenhemd aus Baumwolle, um 590 €, und Kummerbund von **GIVENCHY**. Hose von **ANDREA POMPILIO**. Ledergürtel: **MARGARET HOWELL**.

**E**die Campbell begeistert die internationale Szene schon seit mehr als 15 Jahren mit ihrer britischen Coolness. Das Model mit dem ikonischen Kurzhaarschnitt stammt aus einer berühmten Fashion-Familie: Großmutter Joan Hicks war in den 1950er Jahren eines der beliebtesten Models Großbritanniens, ihre Mutter Sophie Hicks Redakteurin bei der britischen VOGUE. Edie Campbells große Leidenschaft gilt heute

weniger den internationalen Runways als vielmehr ihren geliebten Tieren und dem Schutz der Natur. Seit Beginn der Pandemie verbringt die Rebellin aus gutem Hause, die sich für die Umwelt und gegen brancheninterne Missstände einsetzt, ihre Zeit vor allem auf dem Land.

**Sie sind im vergangenen Jahr nach Northamptonshire gezogen. Waren Sie schon immer ein Landei?**

Ganz eindeutig. Früher bin ich zwischen London und der Provinz gependelt. Ich mag die Abwechslung und den Kontrast der Lebensrhythmen. Die Ruhe des Landlebens ist das perfekte Gegengewicht zu Londons Geschwindigkeit und Energie.

**Sie sind eine begeisterte Reiterin. Was bedeutet Ihnen der Sport?**

Mit fünf Jahren schleppte mich meine Mutter zur Ballettstunde. Als sie mich im Studio herumpoltern sah, während die anderen grazil tänzelten, verstand sie, dass ich aus einem größeren Holz geschnitzt bin. Also habe ich Reitstunden bekommen. Ich war vom ersten Augenblick an wie besessen. Ich liebe meine Pferde! Ich liebe es, Verantwortung für sie zu übernehmen – das hat mir als Kind schon das Gefühl gegeben, erwachsen zu sein.

**Was können uns denn Pferde im Gegensatz zu Menschen geben?** Man baut eine intensive Beziehung zu ihnen auf, die von Vertrauen und Respekt geprägt ist. Hat man diese Verbindung einmal etabliert, werden diese Tiere alles für einen tun. Das tägliche Training ist so erfüllend. Ein schmächtiges, nervöses Fohlen zu einem starken, selbstbewussten Pferd heranzuziehen, das befriedigt wirklich unglaublich.

**Können Sie uns den Unterschied zwischen der Liebe zu Tieren und der zwischen Menschen erklären?**

Es ist leichter, die Zuneigung von Tieren zu gewinnen. Und sie verurteilen dich nicht dafür, wenn du kein Deodorant benutzt.

**Sie setzen sich sehr für die Natur und die Umwelt ein, haben Essays über Greenwashing geschrieben – sehen Sie für den Umweltschutz in der Fashionindustrie schwarz?**

Wie Audre Lorde so schön sagte: „The master’s tools will never dismantle the master’s house.“ Wenn uns das letzte Jahr etwas beigebracht hat, dann, dass wir unsere Intelligenz für höhere Ideale einsetzen können, wenn wir wollen. Aber ich weiß nicht, ob Kapitalismus und Nachhaltigkei-

gkeit jemals echte Freunde werden können. Die Modebranche hat noch einen langen Weg vor sich. Es gibt ein paar gute Ansätze, aber leider auch viele leere Gesten. Ich bin ja ein Teil des Problems. Ich verdiene Geld daran, wenn Kleidung verkauft wird. Also würde ich vorschlagen, alles, was ich zu diesem Thema sage, mit Vorsicht zu genießen...

**Gibt es eine Lösung?**

Ehrlich gesagt, das Klimafreundlichste, was wir gerade tun könnten, wäre, nicht am Leben zu sein. Das kann ich ja auch keinem empfehlen. Ich versuche also, innerhalb der Branche mein Bestes zu erreichen, und ermuntere andere, dasselbe zu tun.

**Sie engagieren sich auch gegen sexuelle Belästigung. Ihre Mutter, die Architektin Sophie Hicks, hat früher als Moderedakteurin gearbeitet. Hat Sie das geschützt?**

Es hat hauptsächlich dafür gesorgt, dass ich nicht verklärt war, was die Arbeit und die Leute, die sie verrichten, angeht. Und es hat mir das Selbstbewusstsein gegeben, offen darüber zu sprechen. Meinem eigenen Erfolg ist das sicher auch zu verdanken. Ich kann mir erlauben, den Mund aufzumachen und kritisch zu sein.



„Die Ruhe des Landlebens ist das perfekte Gegengewicht“

**Würden Sie sich als Feministin bezeichnen?**

Definitiv! Für mich bedeutet das, Raum einzunehmen im Diskurs und sich nie dafür zu entschuldigen.

**Das vergangene Jahr war leider auch von schweren Verlusten geprägt, unter anderem dem Tod des Supermodels Stella Tennant. Wie sind Sie damit umgegangen?**

Stella war ein strahlendes Licht. Unvergesslich, wirklich... Sie war so wunderbar zu mir, und sie wird für mich immer die Person sein, die ich sein möchte, sollte ich tatsächlich einmal erwachsen werden. Es ist unendlich traurig.

Diese Seite: Baumwollhemd, um 450 €, von **CHARVET**. Herrenrollkragenpulli mit Zipper und Baumwollhose von **VALENTINO**.

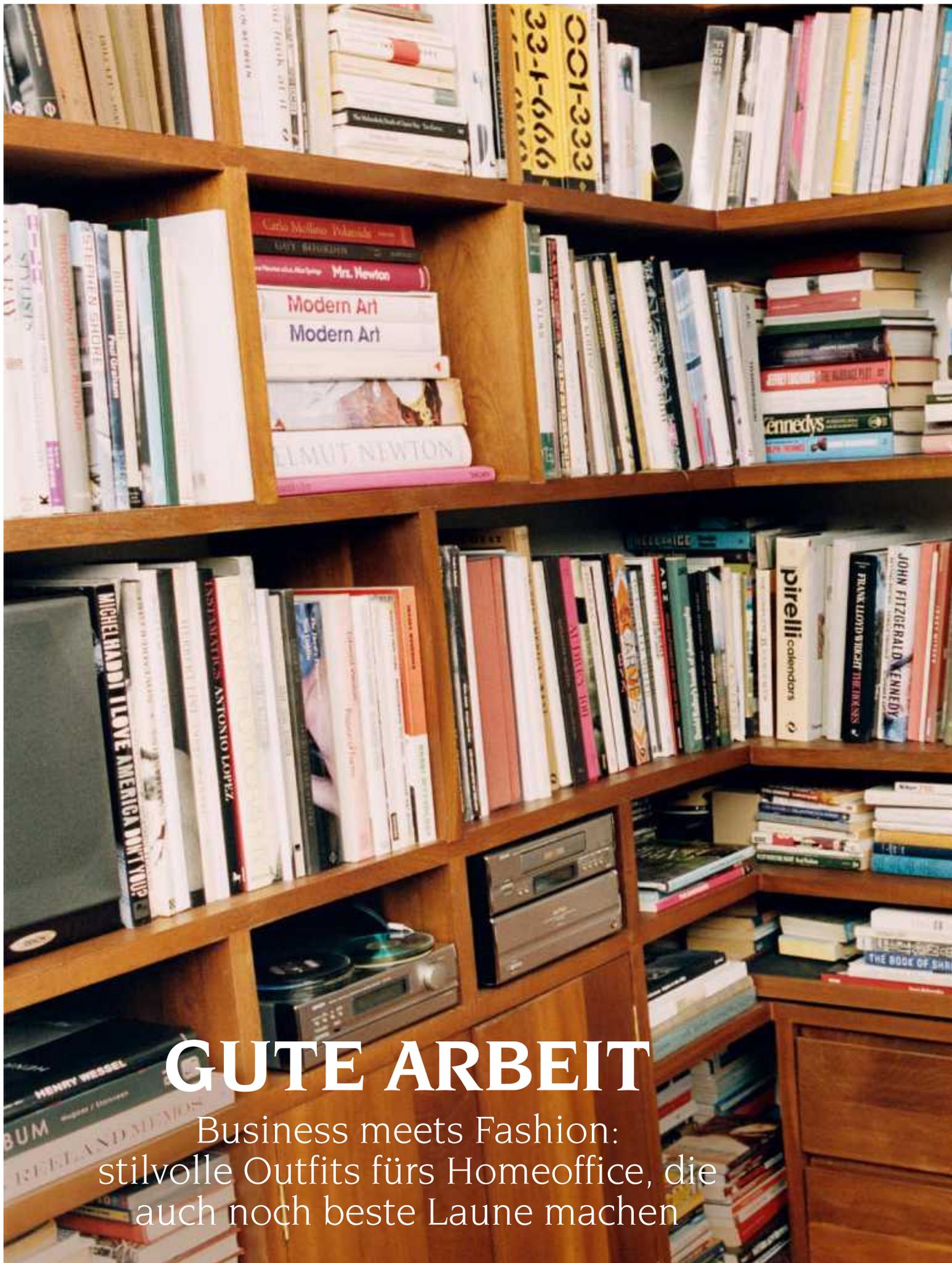
Ledergürtel: **MARGARET HOWELL**. Socken: **MARIA LA ROSA**. Mokassins: **CELINE HOMME BY HEDI SLIMANE**.

Rechte Seite: Cardigan in Weinrot und gemustertem Apricot, wie die weiße Bluse von **MAISON MARGIELA**.

Frisuren: Andrew Guida. Make-up: Luca Cianciolo; beide für Close Up. Casting: Simone Bart Rocchietti für Simo Bart.

Stylingassistentz: Maria Sofia Brini und Grazia Uliana Sgura. Redaktion: Maximilian Aufschneider.





# GUTE ARBEIT

Business meets Fashion:  
stilvolle Outfits fürs Homeoffice, die  
auch noch beste Laune machen



Diese Seite: Tweedjacke, um 8930 €,  
und Organzabluse, um 2800 €,  
wie der Gürtel, die Ohrhänger und die  
Halsketten, ab 580 €, von **CHANEL**.  
Leggings von **PERFECT MOMENT**.



Diese Seite: Blazer aus Viskose, um 1700 €, und Seidenbluse, um 890 €, von **GIORGIO ARMANI**. Shorts, um 75 €, von **ADIDAS BY STELLA MCCARTNEY**. Socken: **JOHN LEWIS & PARTNERS**. Slippers, um 35 €, von **ADIDAS ORIGINALS**. Brille (auch gegenüber): **EMMANUELLE KANH**. Vergoldeter Armreif, um 1000 €, von **SOPHIE BUHAI**.  
Rechte Seite: Chenille-Jacke mit aufgesetzten Taschen, um 1200 €, Turtlenecktop, um 520 €, Rock aus einem Wollmix, um 590 €, und spitze Schleifenballetinas aus Lackleder, um 550 €, von **MIU MIU**.



Diese Seite: Wollblazer,  
um 1690 €, von **RALPH  
LAUREN COLLECTION**.  
Seidenbluse mit Schluppe,  
von **WINSER LONDON**.  
Pyjamahose und Slippers  
von **DISNEY**. Brille:  
**EMMANUELLE KHANH**.  
Vergoldete Halskette:  
**SOPHIE BUHAI**.  
Rechte Seite: Schluppen-  
bluse aus Seidencrepe,  
um 1200 €, und Jogging-  
hose, um 1400 €, wie die  
Brille, um 280 €, von  
**GUCCI**. Ring „Bolt“ aus  
Gelbgold und Silber,  
um 1065 €, von **KLOTO**.









Diese Seite: Bademantel „Giacomo“ aus Baumwolle mit klassischem Muster, um 275 €, von **MISSONI HOME**. Gestreifte Baumwolltunika, um 720 €, von **MICHAEL KORS COLLECTION**.

Brille: **EMMANUELLE KHANH**. iPhone-Hülle, um 170 €, von **CHAOS**. Linke Seite: Baumwoll-oberteil, um 600 €, Hose, um 1250 €, und Sneakers, um 850 €, wie der Foulard aus Seidenjacquard, um 540 €, von **LOUIS VUITTON & URS FISCHER**.

Armbanduhr „Tambour“ von **LOUIS VUITTON**.



Diese Seite: Seidenbody mit Federapplikation und Lackledersandaletten von **SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO**.  
Rechte Seite: Bolero, Tunika und Rock aus Seide mit gestepptem Blütenmuster, von **1 MONCLER JW ANDERSON**. Handgefertigte Moiré-Mules, um 245 £, von **OLIVIA MORRIS AT HOME**.

Models: Jean Campbell, Olympia Campbell, Maddie Cheng, Lola Nicon. Frisuren: David Harborow. Make-up: Janeen Witherspoon. Maniküre: Chisato Yamamoto. Setdesign: Sean Thomson. Produktion: Black Milk Productions. Digital Artwork: Hempstead May. Redaktion: Claudia Beran.



# FAMILY AFFAIR

Elisabeth Prinzessin von Thurn und Taxis über die Nähe zu ihrer Schwester Maria. Und ein geschwisterliches Gipfeltreffen – mit überraschenden Antworten

**E**s fällt mir schwer, über einen Menschen zu schreiben, der mir so vertraut ist wie meine Schwester. Zwischen Maria und mir besteht eine intuitive Bindung. Eine Bindung, die sich so selbstverständlich anfühlt wie das Atmen. Und übers Atmen denkt man ja auch nicht nach. Ich habe mir deswegen viel Zeit genommen, um herauszufinden, was es für mich bedeutet: das Schwesternsein.

Eine ältere Schwester zu haben ist wie bei Neuschnee eine frischpräparierte Piste hinunterzuflitzen. Alle Eskapaden, wie der Fünfer in Ma-the oder beim Rauchen erwischt zu werden, haben die Mutter bereits in der ersten Runde abgehärtet. Außerdem kann man als kleine Schwester im Windschatten der Großen einfach mitsegeln, zum Beispiel am Türsteher vorbei. So war es bei uns zumindest. Stylingtipps gab's ebenfalls etliche, auch wenn meine Schwester Maria diese nicht ganz freiwillig mit mir geteilt hat. Wenn sie in der Schulzeit jeden Morgen gefühlt Stunden vor dem Spiegel stand, sich aus den vorderen Strähnen mühsam zwei Tollen touperte und sie mit einer halben Flasche Haarspray festzementierte, stand ich ungefragt daneben und lernte...

Aus meiner Sicht hatte ich mir diese Vorteile hart erarbeitet. Schließlich musste ich als Jüngere auch alles Mögliche wegstecken, etwa für Beauty-Experimente herhalten. Ich erinnere mich daran, wie ich einmal nachts ungefragt die Haare geschnitten bekam. Und bei unserem Lieblingsspiel *Reiter und Pferd* war natürlich immer ich das Pferd, auf dessen Rücken Maria durchs Zimmer ritt.

Streiten kann man sich mit Geschwistern natürlich auch besser als mit jedem anderen. Sie treffen immer den wundesten Punkt, ohne große Anstrengung. Was wir uns gegenseitig an den Kopf geworfen haben! Zum Beispiel dass Maria immer eine Ewigkeit brauche, um sich fertig zu machen. Und ich sei unzuverlässig und oft zu spät! Heute kann ich mich beim besten Willen an keinen konkreten Streit mehr erinnern. Vielleicht weil es auch in den heftigsten Auseinandersetzungen um gar nichts Wichtiges ging. Dafür erinnere ich mich aber an eine große Geburtstagsparty in Rom, da war ich, glaube ich, noch keine sechzehn. Ich weiß genau, wie ich aufgebracht in meinem pinkfarbenen Ballkleid über

die Tanzfläche rannte, auf einen Mann zu. Voller Wut knallte ich dem überraschten Typen meine flache Hand ins Gesicht. Dieser, so hatte es mir meine Schwester den Tränen nahe berichtet, hatte ihr schöne Augen gemacht, obwohl sich dann herausstellte, dass er bereits vergeben war. Maria war total enttäuscht. Und ich fand es unerhört. Loyalität unter Geschwistern ist bei uns bis heute wirklich oberstes Gebot.

Als Teenager waren meine Schwester und ich ebenfalls perfekte Komplizinnen. Im Internat in England, das mit seinen strikten Uniformen, dem Schminkverbot und dem Ganztagsunterricht eher einem Gefängnis als einer Schule glich, hielten wir fest zusammen. Natürlich konnte man im Doppelpack auch besser an den Wochenenden nach London durchbrennen.

In Madrid hatten wir dann unsere erste gemeinsame Wohnung. Wir belegten die meisten Unikurse zusammen, teilten uns die Klamotten und experimentierten sogar im Tandem mit kitschigen Strähnchenfrisuren in jeder Farbe. Mit der Zeit wurden wir uns so ähnlich, dass wir sogar manchmal unfreiwillig im

Chor auf Fragen antworteten. Peinlich...

Ich glaube, ich empfinde als mittleres Kind die Verbindung zu Maria und meinem Bruder Albert intensiver, als sie das tun. Ich bin eben der Schinken-Käse im Geschwistersandwich. Die Mitte verbindet die Erste und den Nachzügler. Deswegen brauche ich beide Seiten etwas mehr.

Wenn ich Marias Töchter jetzt beim Spielen beobachte, eine ist drei, die andere fünf, wie sie gemeinsam toben, lachen oder auch weinen, dann spüre ich sie, diese Essenz des Geschwisterseins: In wenigen Sekunden bewegen sich die beiden gemeinsam durchs Universum der Emotionen. Und das passiert meiner Meinung nach nur in ganz wenigen Beziehungen.

Trotz aller Vertrautheit und Nähe bleibt unter Maria und mir aber auch einiges unbesprochen und ungesagt. Daraus ist meine Idee entstanden, uns gegenseitig elf Fragen zu stellen. Antworten offenbaren vieles, aber Fragen verraten fast noch mehr über den, der sie stellt. Es war für mich wirklich spannend, in die Gedanken und Empfindungen meiner diskreten Schwester einzutauchen, die sonst nur in ihrer Malerei aus sich herauskommt. →

„Loyalität unter Geschwistern ist bei uns bis heute wirklich oberstes Gebot“



Foto: Courtesy Elisabeth von Thurn und Taxis

Strahlende Schwestern: Die Journalistin und Autorin Elisabeth Prinzessin von Thurn und Taxis (rechts) und die Künstlerin Maria Theresia zusammen in London. Hier lebt Maria mit ihrem Mann und ihren beiden Töchtern.



1 Streetstyle: Elisabeth von Thurn und Taxis während der „New York Fashion Week“ im Jahr 2017. 2 Elisabeth mit ihrer Schwester Maria und ihrem Bruder Albert im April 2019, kurz nach ihrem Umzug nach Rom. 3 Maria, hier in ihrem Studio, ist bekannt für ihre surrealen Kunstwerke. 4 Seit 2014 verheiratet: Maria mit ihrem Ehemann Hugo Wilson, einem britischen Maler und Bildhauer. 5 Elisabeth und Maria mit Fürstin Gloria bei der Premiere der „Salzburger Festspiele“ 2010.



Fotos: Phil Oh/Art Partner Licensing (1), opa Picture-Alliance (2), Courtesy Elisabeth von Thurn und Taxis (2)

## MEINE FRAGEN AN MARIA

**In drei Worten: Wie siehst du mich?**

Als intuitiv, impulsiv und sehr lustig!

**Wenn du durch die Zeit reisen und die neun Jahre alte Maria besuchen könntest, welche Lebensweisheit würdest du ihr mitgeben?**

Ich war als Kind nicht besonders gut in der Schule, vor allem in Mathe. Erst später habe ich verstanden, dass Mathematik und Physik, die Naturwissenschaften, die Dinge sind, die das Universum ausmachen.

**Vervollständige den Satz: Geschwisterliebe ist...**

... bedingungslos.

**Wie hast du die Rolle der Erstgeborenen wahrgenommen?**

Mit den Erstgeborenen sind Eltern oft strenger, so schien es mir zumindest. Da fühlt man sich schnell zurückgesetzt und ungleich behandelt.

**Woran erinnerst du dich besonders gern zurück, wenn du an unsere gemeinsame Kindheit denkst?**

Am liebsten an die frühe Kindheit, als unser Vater noch lebte. Damals waren wir oft zu fünft auf seinem Segelboot unterwegs. Das fand ich meistens sehr lustig und spannend.

**Hat sich deine Sicht auf die Liebe zwischen Geschwistern geändert, seitdem du selbst Töchter hast?**

Überhaupt nicht. Wenn ich meine Kinder zusammen sehe, muss ich oft an uns beide und an früher denken.

**Was bewegt dich, wenn du malst?**

**Welche Gedanken begleiten dich?**

Bevor ich eine Arbeit beginne, habe ich sie meistens schon im Voraus geplant. Das heißt, ich kann völlig frei an die Leinwand oder ans Papier treten, das ist dann fast meditativ. Oft ist es aber auch so, dass die Emotion, die ich vorm oder beim Malen eines Bildes spüre, wie Freude oder Ärger, dann direkt in das Werk einfließt.

**Mit welchem Gedanken bist du heute morgen wach geworden?**

Ich habe, wie so oft in letzter Zeit, über die Situation, die seit einem Jahr herrscht, nachgedacht. Heute hatte ich zur Abwechslung das Gefühl, dass ich etwas aus der Situation gelernt habe. Zum Beispiel, wie wichtig es ist, für die schönen Momente dankbar zu sein. Und wie schnell sich Dinge verändern können.

**Als Künstlerin ist man ja oft unendlich kritisch mit seinen Werken.**

**Wann ist bei dir ein Bild fertig?**

Das ist eine schwierige Frage, denn oft weiß ich es selbst nicht genau. Es gibt Momente, da bin ich mir ganz sicher. Und dann natürlich andere, da gehe ich immer wieder zurück und hinein ins Bild.

**Welche Dinge aus unserer Kindheit möchtest du an deine Töchter unbedingt weitergeben?**

Ich erinnere mich daran, dass Manieren bei uns zu Hause eine dominante Rolle gespielt haben. Und eine gewisse Weltoffenheit. Beides finde ich wichtig, und ich bemühe mich, es auch meinen Kindern nahezubringen.

**Und was aus unserer Kindheit willst du ihnen ersparen?**

Wir waren mit unseren Eltern früher wirklich viel unterwegs. Und mussten manchmal auf verschiedene Schulen gehen. Ich glaube allerdings, dass Routine sehr wichtig für Kinder ist.

## MARIAS FRAGEN AN MICH

**In drei Worten: Wie siehst du mich?**

Als geheimnisvoll, empathisch, kreativ.

**Was ist deine schönste Kindheitserinnerung?**

Es gibt viel zu viele. Aber sicherlich unsere Wochenenden auf der Hütte, dem Waldhaus. Unsere stundenlangen Ritte durch den Wald. Ohne Sattel auf der Weide zu galoppieren. Einfach nur wir Geschwister, ungestört zusammen, in dreckigen Reithosen und mit gebürsteten Haaren.

**Wie beeinflusst deine Kindheit deine Arbeit als Schriftstellerin?**

Unendlich und vollkommen. Ich fühle mich heute noch sehr geprägt von den Bildern unserer Vergangenheit, sowohl von der Freude als auch von den Schmerzen meiner Kindheit. Ich habe zwar viele dieser Erfahrungen noch nicht zu Papier gebracht, aber das macht nichts. Denn ich habe den Eindruck, sie fließen in alles, was ich schreibe, subtil ein.

**Sehnst du dich manchmal in deine Kindheit zurück?**

In gewisse Momente. Aber in viele auch nicht. Schule fand ich schrecklich. Und ich habe mich oft sehr einsam und unverstanden gefühlt, ohne das ausdrücken zu können. Danach sehne ich mich nicht zurück.

**Was war für dich schwierig als Kind?**

So wenig zu verstehen von der Welt und von den Gefühlen der Erwachsenen. Und auch, meine eigenen Emotionen zu entziffern. Deswegen

fühlte ich mich oft ausgegrenzt. Als Erwachsener ist es ja so einfach, Kinder in ihre Schranken zu weisen, mit Sätzen wie „Das verstehst du noch nicht“. Dabei verfügen Kinder über eine außerordentliche Kapazität, Dinge zu begreifen.

**Wie unterscheidet sich deine Beziehung zu mir von der zu Albert?**

Als mittleres Kind fühle ich mich euch

beiden eng verbunden. Aber zu dir habe ich eine sehr intuitive Beziehung. Wir sprechen nicht oft, aber ich fühle mich dir immer sehr nahe. Albert und ich haben viel mehr Kontakt. Ich sehe ihn oft, wir telefonieren, wir beide brauchen dieses Direkte, Greifbare.

**Was ist das Wichtigste an der Familie?**

Loyalität und Zusammenhalt. Aber auch, eine innige Verbindung zu pflegen. Ohne Wasser, Sonne und Liebe wächst keine Beziehung.

**Hast du Freunde, die wie Geschwister sind?**

Ja, ich habe in der Tat immer schon sehr, sehr enge Freundinnen gehabt, die eher wie Schwestern sind. Ich glaube, ich brauche intime Beziehungen und gemeinsame Zeit mit Menschen viel mehr als du und Albert. Deshalb suche ich mir meine „Familie“, wo auch immer ich bin.

**Was ist dein Lieblingsmärchen?**

*Peter Pan* und *Alice im Wunderland* habe ich beide besonders geliebt.

**Was hat dich dazu inspiriert, an einem Kinderbuch zu arbeiten?**

Mein kleiner Dackel *Ciro*, deine Tochter *Mafalda* und meine eigenen kurios-phantastischen Kindheitserfahrungen.

**Und welche Projekte planst du als Nächstes?**

Einige Langzeitkonzepte, einen Roman und eine Sammlung von Kurzgeschichten. Und hoffentlich weitere Kinderbücher. Ich möchte auch weiterhin Geschichten erzählen und meine Ideen durch Videos, Kooperationen mit Modehäusern oder durch Kunst zum Ausdruck bringen.

„Wenn ich meine Kinder zusammen sehe, muss ich oft an uns beide und an früher denken“



Silvia Venturini Fendi und Kim Jones während der Vorbereitungen zur Couture-Kollektion, die Ende Januar präsentiert wurde.

DAS VOGUE-GESPRÄCH

# DIE WAHLVERWANDTEN



Kim Jones und Silvia Venturini Fendi bilden die neue Kreativspitze bei Fendi. Ein Gespräch über familiäre Werte und wertvollen Fortschritt

**A**ls Fendi im vergangenen September den Namen des neuen Artistic Directors verkündete, schoss die Nachricht binnen Millisekunden durchs Netz. „Kim Jones ersetzt Karl Lagerfeld bei Fendi“, titelte die *New York Times*. Die Schlagzeile bei *Business of Fashion* lautete: „LVMH vertraut Kim Jones die Definition des Post-Karl-Looks von Fendi an.“ Pressewirbel und Superlative gehören in der Branche wahrlich dazu, aber die Nachfolge dieses einen Modesuperstars anzutreten, der mit 54 Jahren an der Spitze von Fendi länger als je ein Mensch zuvor die kreativen Geschicke eines Modehauses geleitet hat? Mal ehrlich, die Last auf Jones, sie muss tonnenschwer gewogen haben.

Dass der 41-jährige Brite unter Hochdruck abliefern kann, hat er in der Vergangenheit schon häufig bewiesen. Gut die Hälfte seiner Abschlusskollektion am Londoner Central Saint Martins College kaufte niemand Geringeres als John Galliano auf. Von 2011 bis 2018 entwarf er die Männermode von Louis Vuitton; sein Look war für die Luxus-Streetwear epochal. Anschließend wechselte er zu Dior Homme, wo seinen Entwürfen schon kurz nach der ersten Show Männer wie ASAP Rocky, Robert Pattinson und Hans Ulrich Obrist zu Füßen lagen. An den Nagel hängen wollte Kim Jones diesen Job für seinen neuen Arbeitgeber übrigens nicht. Was andere als Doppelbelastung interpretieren würden, sieht er als eine kluge Ergänzung. Bei Fendi kann Jones nämlich zum ersten Mal überhaupt Frauenmode machen.

Gut, dass der Mann, dessen offizielle Berufsbezeichnung Artistic Director of Couture and Womenswear Collections lautet, trotzdem nicht ganz allein dasteht. An seiner Seite hat er Silvia Venturini Fendi, die Artistic Director of Accessories and Menswear Collections ist – und das Unternehmen so gut kennt wie niemand sonst: Sie ist die Enkelin von Adele Fendi, die 1925 den Grundstein für Fendi in Rom legte. Als Karl Lagerfeld ins Unternehmen kam, war sie gerade einmal fünf Jahre alt. Nach ihrer Studienzeit in Italien und London stieg sie 1987 in den Familienbetrieb ein, zunächst im Marketing, später wechselte sie ins Design als Kreativdirektorin der Fendissime-Linie. 1994 reinterpretierte sie die ikonische Lederwarenlinie „Selleria“ und wurde offiziell an Lagerfelds Seite für die Accessoires zuständig gemacht. 1997 lancierte sie die „Baguette“, jene Handtasche, die damals den allseits beliebten Cityrucksack ablöste, durch die TV-Serie *Sex and the City* zur It-Bag wurde und heute die bekannteste Tasche von Fendi ist. Im Jahr 2000 übernahm sie zusätzlich die Verantwortung für die Männerkollektion – und nach Lagerfelds Tod interimistisch die gesamte Kreativleitung.

Nun also Kim Jones und Silvia Venturini Fendi zusammen. Das VOGUE-Gespräch zwischen den beiden findet Mitte Februar per Videokonferenz statt. Die erste Couture-Kollektion ist zu diesem Zeitpunkt bereits präsentiert (die Bilder von Kate Moss und ihrer Tochter Lila Grace gingen um die Welt). Noch ein paar Tage, dann feiert auch die Ready-to-wear-Kollektion ihre Laufstegpremiere. Von Aufregung und Stress ist bei Jones und Venturini Fendi mitten in den Vorbereitungen zur Show aber keine Spur. Sie plaudern wie zwei alte Freunde über Familienbande, Feminität und immer wieder Fendis Geburtsort: Rom.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Kim, wir sind inzwischen ja schon daran gewöhnt, viel miteinander zu sprechen, aber vielleicht solltest du damit beginnen, wie sich deine ersten Monate bei Fendi angefühlt haben.

**KIM JONES:** Die haben sich traumhaft angefühlt. Vor allem wenn ich hier bei dir in Rom war. Natürlich war die Zeit wegen der aktuellen Situation mit Corona, den Reisebeschränkungen, der Sicherheit und der physischen Distanz auch manchmal herausfordernd. Das alles geht vor, aber so wichtig, wie das ist, so großartig ist es auch, in Rom sein zu können, einer Stadt, in der ich noch nicht viel Zeit verbracht habe. Was mir hier so gut gefällt, ist die Balance zwischen der neuen und der alten Welt. Wenn etwas Neues neben etwas Altem gebaut wird, macht das einfach immer Sinn.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Und das Licht. Das Licht ist hier ein ganz besonderes. Es hat etwas Magisches, nicht wahr?

**KIM JONES:** Das Licht und der meist blaue Himmel. Sie machen die Stadt für mich häufig noch romantischer als Paris. Rom ist auch die Stadt, in der wir uns kennengelernt haben.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Wann war das noch gleich?

**KIM JONES:** Es war vor zehn Jahren auf einer Konferenz. Ich erinnere mich noch genau daran. Du hast einen sehr eleganten Safari-Look getragen, als du nach der Veranstaltung zu mir kamst und mich angesprochen hast. Anschließend sind wir in Kontakt geblieben, und du hast auch einige meiner Schauen besucht. Deshalb gehört Fendi für mich zu den Modehäusern, die mir immer schon irgendwie vertraut waren. Pietro Beccari, der ja mein CEO bei Dior ist, war zuvor bei euch, und er spricht immer sehr liebevoll von dieser Zeit. Fendi, das ist für mich der Inbegriff von Rom, von absoluter Eleganz und von starken und mächtigen und sehr intellektuellen und kenntnisreichen Frauen.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Ich würde sagen, es sind Frauen, die sich fast



KATE MOSS UND IHRE TOCHTER LILA GRACE

CHRISTY TURLINGTON

Fotos: Courtesy of Fendi

schon wie Männer verhalten. Das klingt vielleicht zunächst etwas gewöhnungsbedürftig, aber wenn ich mir die Geschichte meiner Familie anschau, dann ergibt das Sinn. Meine Großmutter, die Fendi gegründet hat, hatte fünf Töchter und dachte nicht daran, ihre beruflichen Ziele aufzugeben. Sie war Mutter und arbeitete hart. Damals war das ja noch alles andere als üblich, weshalb sie von vielen Leuten als unangepasst wahrgenommen wurde. Ähnliches passierte meiner Mutter und

„Wie Karl das, was Frauen wollten, kanalisiert hat, ist der Grund dafür, warum ich das, was ich hier tue, so sehr fühle“

**KIM JONES**

ihren Schwestern, als sie später ins Familienunternehmen einstiegen. Heute ist die Rolle der Frau immer noch ein vieldiskutiertes Thema, vor allem in Italien, das ein sehr männerdominiertes Land ist. Aber es gibt nicht die eine Rolle der Frau, und in meinen Augen muss man keine Feministin sein, um für ein eigenes Leben kämpfen zu können. Ich ziehe es vor, über Weiblichkeit und ihre unterschiedlichsten Formen zu sprechen. Vor allem in meiner letzten Kollektion, die noch entstand, bevor du zu uns gekommen bist, wollte ich das thematisieren.

**KIM JONES:** Ich saß als Gast in der Show und fand es wirklich toll, was du in der Zeit zwischen Karl und mir gemacht hast. Was ich so interes-

sant finde, ist die Tatsache, dass Fendi auch 54 Jahre lang von der Hand eines Mannes geleitet wurde. Karl hat die Idee der Weiblichkeit vollkommen verstanden, weil er von starken Frauen umgeben war, vor allem von deiner Mutter und ihren Schwestern. Das ist etwas, das sich in meinen Kopf eingebrannt hat. Wie er das, was Frauen wollten, kanalisiert hat, ist im Wesentlichen der Grund dafür, warum ich das, was ich hier tue, so sehr fühle. Ich habe dich, ich habe deine Töchter Delfina und Leonetta und so viele andere Frauen um mich herum, wenn wir an neuen Kollektionen arbeiten und Fittings haben. Es geht mir darum, ihnen allen zuzuhören und zu erfahren, was sie anziehen wollen und welche Themen ihnen wichtig sind. Da ist diese Gang von Frauen, die ich bewundere, und meine Aufgabe ist es, Dinge für sie zu tun. Ich sage deshalb immer: Ich mache den Job für die Fendis.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Der Familienvibe ist bei Fendi wirklich immer noch sehr präsent, auch wenn unser Haus heute nicht mehr ausschließlich von der eigentlichen Familie geführt wird. Wir sind so etwas wie eine Wahlfamilie. Ich denke aber, das ist heute normal und irgendwie auch modern.

**KIM JONES:** Obwohl Fendi zu LVMH gehört, fragt Herr Arnault, wenn ich mit ihm spreche, als Erstes, wie es dir geht und ob du glücklich bist! So ein familiäres Miteinander gibt es nicht in vielen Unternehmen.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Es macht einen nur stärker. Ich bin mir sicher, dass du an deinem ersten Tag gleich das Gefühl hattest, eigentlich schon immer da gewesen zu sein. Ich hatte zumindest das Gefühl, dass du Fendi schon eine ganze Zeit aus der Ferne beobachtet und studiert hast und deshalb so gut vorbereitet warst. Deine Vorstellungen waren ganz klar. Das hat mir gut gefallen. →

Miteinander verwandte Models, um das Familiengefühl von Fendi zu transportieren: die erste Couture-Kollektion von Kim Jones.



UND IHR NEFFE JAMES

DELFINA DELETTREZ FENDI UND LEONETTA LUCIANO FENDI

ADWOA ABOAH UND IHRE SCHWESTER KESEWA

Fotos: Courtesy of Fendi

**KIM JONES:** Das stimmt. Obwohl ich sagen muss, dass ich etwas nervös war, was den Couture-Prozess angeht. Aber dann hatte ich einige Gespräche mit Stephen Jones, der in der Couture mit John Galiano, Maria Grazia Chiuri und Raf Simons gearbeitet hat, und er hat mir den Prozess ein bisschen erklärt. Und du warst natürlich da, also gab es nichts, worüber ich mir Sorgen machen musste. Von dem Moment an, als ich ankam, haben wir sehr schnell gearbeitet. Zuerst die Couture-, dann die Ready-to-wear-Kollektion und viele andere Dinge.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Das Tempo war wirklich straff.

**KIM JONES:** Die Couture-Kollektion habe ich noch im Lockdown vorbe-

„Wir treffen uns am  
selben Punkt, um einen  
Weg zu gehen,  
um vorwärtszugehen“

**KIM JONES**

reitet. Es ging mir dabei um etwas sehr Persönliches, meine eigene Geschichte, die ich von England mit nach Rom bringe. Ich habe mich mit meiner Vergangenheit beschäftigt und auf einige meiner früheren Kollektionen geschaut. Irgendwann fielen mir die Bücher von Virginia Woolf und die Gemälde ihrer Schwester Vanessa Bell in die Hände. Sie gehörten zur KünstlerInnengruppe Bloomsbury Set, die vor rund einhundert Jahren sehr frei von sozialen Zwängen in einem Haus in der Nähe von Rodmell gewirkt hatte, wo ich einen Teil meiner Kindheit verbrachte. Das Leben dieser KünstlerInnen, vor allem das der Frauen, und ihr kollektiver Gedanke haben mich immer fasziniert. Einige Motive und Fresken, die sich in dem Haus befinden, dienten deshalb zum Beispiel als Inspiration für Stickerarbeiten auf den Kleidern. Das Familiengefühl von Fendi wollte ich mit der Show unbedingt transportieren, durch das Casting der Menschen auf dem Laufsteg. Kate Moss und ihre Tochter Lila Grace, Christy Turlington und ihr Neffe James, Adwoa Aboah und ihre Schwester Kesewa, deine beiden Töchter Leonetta und Delfina.



**SILVIA VENTURINI FENDI:** Mir fällt gerade eine der ersten Sachen ein, die wir in Rom zusammen gemacht haben. Wie waren im Museum Centrale Montemartini. Es war schön zu sehen, wie du dich mit römischer Geschichte beschäftigst. Mit Dingen, die ich mag. Wir haben von diesem Besuch einiges in Erinnerung behalten, zum Beispiel die alten Pergamente. Verweise darauf finden sich in der Couture-, aber auch in der Ready-to-wear-Kollektion.

**KIM JONES:** Ja, das stimmt. Ich habe in die Couture-Kollektion einiges bewusst einfließen lassen, damit man, wenn man sie betrachtet, schon erahnen kann, wohin wir mit der Ready-to-wear-Kollektion gehen werden. Am Ende aber sind sie dennoch zwei völlig unterschiedliche Dinge. Bei der Couture-Kollektion ging es darum, das traditionsreiche Kunsthandwerk in besonderem Maße zu feiern. Und ich muss wirklich sagen, dass das Kunsthandwerk von Fendi eines ist, das es so kein zweites Mal in Italien gibt. Bei der Ready-to-wear-Kollektion ging es um einen Neuanfang. Deshalb haben wir die Looks auch komplett in neutralen Farben gehalten. Und ich denke, sie sind auch sehr, sehr wichtig, weil es in diesen Zeiten vor allem darum geht, was Menschen wirklich tragen wollen.

## PROFILE

**NAME** Silvia Venturini Fendi **BERUF** Designerin **STATIONEN** Wurde 1961 in Rom geboren. Studierte in Italien und London. Stieg 1987 ins Unternehmen ihrer Familie im Marketing in Los Angeles ein. War später für die Organisation von Modenschauen zuständig und wechselte ins Designteam. Reinterpretierte 1994 die ikonische und von römischen Sattlern handgefertigte Lederwarelinie „Selle-ria“ und ist seitdem hauptverantwortlich für die Accessoires des Unternehmens. Erfand 1997 die ikonische „Baguette“, eine Handtasche, die zur It-Bag avancierte, dem Unternehmen zahllose Preise einbrachte und heute zu den bekanntesten Produkten von Fendi zählt. Lancierte 2009 die „Peekaboo“, eine Henkeltasche aus Leder mit nur einem Griff. War von Februar 2019 bis September 2020 nach Karl Lagerfelds Tod interimistisch verantwortlich für alle Kollektionen von Fendi. **PRIVATE** Lebt in Rom und hat drei Kinder: Delfina, Leonetta und Giulio.

**NAME** Kim Niklas Jones **BERUF** Designer **STATIONEN** Wurde 1979 in London geboren. Wuchs unter anderem in Ecuador, Botswana, Äthiopien und Kenia auf. Studierte am Central Saint Martins College in London und machte 2002 seinen Abschluss. Führte von 2003 bis 2008 ein eigenes Label. Übernahm anschließend die Kreativdirektion von Dunhill, wofür er 2009 vom British Fashion Council als Menswear Designer of the Year ausgezeichnet wurde. War von 2011 bis 2018 verantwortlich für die Herrenmode von Louis Vuitton. Entwirft seit März 2018 die Herrenmode von Dior und erhielt dafür vom British Fashion Council 2019 das zweite Mal den Preis als Menswear Designer of the Year. Ist seit September 2020 verantwortlich für die Damenmode von Fendi (Ready-to-wear und Couture). Wurde im Oktober 2020 mit dem Order of the British Empire ausgezeichnet. **PRIVATE** Lebt in Rodmell, East Sussex.



**SILVIA VENTURINI FENDI:** Die Farben, die wir ausgewählt haben, gefallen mir auch deshalb so gut, weil sie den Farben unserer Firmenzentrale sehr nah kommen.

**KIM JONES:** Sie spiegeln den Stein und das Licht Roms wider und das, was Fendi ist, die Schätze, die im Archiv liegen. All dies haben wir miteinander kombiniert und neu zum Vorschein gebracht. Es gibt eine Menge einmalige und tolle Dinge in der Vergangenheit von Fendi. Dinge, die im Lauf der Jahre zeitlos geworden sind, was so wichtig ist, wenn man über Luxus spricht. Doch ich denke auch, dass man sich nicht immer konkret auf das beziehen muss, was mal war.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Da stimme ich dir absolut zu.

**KIM JONES:** Wir beschäftigen uns mit dem, was neu ist. Silvia, du bist so eine moderne Frau, die sich ständig mit neuer Technologie und Innovationen umgibt.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Eigentlich bin ich ja selbst schon fast ein wandelndes Archiv. Aber weil ich mit der Vergangenheit von Fendi sehr verbunden bin, beschäftige ich mich auch gern mit Neuem. Dass es so sein muss, ist vielleicht etwas, das ich und Fendi von Karl gelernt haben. Er wollte sich nie selbst referenzieren, komme, was wolle. Deshalb bin ich so offen für Experimente und probiere gern aus. Obwohl das durchaus eine Herausforderung ist: Veränderung zulassen und sich gleichzeitig selbst treu bleiben. Ich bin deshalb sehr gespannt darauf, was du noch in Fendi siehst.

**KIM JONES:** Ich habe ja gelernt, Dinge von außen zu betrachten. Das ist das, was ich bei Dior mache. Das ist das, was ich bei Louis Vuitton gemacht habe. Jetzt ist es auch das, was ich bei Fendi mache. Bei mir geht es um eine andere Perspektive, die ich mitbringe. Hier habe ich nun dich noch an meiner Seite. Aber wir treffen uns am selben Punkt, um einen Weg zu gehen, um vorwärtszugehen.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** So habe ich bisher noch nicht darüber nachgedacht. Interessant. Wir wollen ein Ziel erreichen, aber wir sind auch gegensätzlich. Du schaust von außen, und ich bin das Innere. Dennoch

Neutrale Farben als Symbol für den Neuanfang: die erste gemeinsame Ready-to-wear-Kollektion von Silvia Venturini Fendi und Kim Jones.

stellen wir uns bei der Arbeit ständig dieselbe Frage: Passt das zu Fendi?

**KIM JONES:** Du siehst die Dinge immer sehr klar. Es gibt etwas, das mir bei Fendi extrem gut gefällt: Die Produkte haben eine starke, eigene Identität. Wenn Marken größer werden, geht das häufig verloren. Ich bin sehr darauf bedacht, dass das hier nicht passiert. Und du kannst genau erklären, warum etwas zu Fendi passt und warum nicht.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Mit dir zu arbeiten ist eigentlich so, wie ich mit

„Mit dir zu arbeiten ist eigentlich so, wie ich mit Karl gearbeitet habe. Wenn du hier bist, sind wir immer zusammen“

**SILVIA VENTURINI FENDI**

Karl gearbeitet habe. Wenn du hier bist, sind wir immer zusammen. Wir machen alles zusammen. Und wenn du nicht hier bist, schicken wir einander Nachrichten. Wenn du weit weg bist, bin ich immer noch hier in Rom. Es ist eigentlich ganz einfach. Wenn ich etwas zu deiner Arbeit sage oder du etwas zu meiner, dann ist das zu jeder Zeit in Ordnung und willkommen. Wir tauschen uns eben aus.

**KIM JONES:** Wenn du etwas kommentierst oder dir auch mal bei einer Sache vielleicht nicht ganz sicher bist, dann nehme ich das auf und an. Du weißt, was Fendi ist.

**SILVIA VENTURINI FENDI:** Wie ich sage: Es ist eigentlich ganz einfach. Das Gespräch wurde von Dennis Braatz moderiert.



**VOGUE**  
COLLECTION

# L I V I N G

Die Highlights aus  
Reise, Genuss & Design

## SANFTE SIRENE

Warum wir uns jetzt auf der  
Kykladen-Insel Syros (neu) in  
Griechenland verlieben

Die stille Nachbarin von Mykonos  
beweist, dass es in der Ägäis  
noch immer viel zu entdecken  
gibt. Das Dorf Kini zum Beispiel.

Von fern wirkt Syros, als bestehe es nur aus nacktem Fels und Bergen. Wenn man sich nähert, schiebt sich eine Stadt auf zwei Hügeln in den Blick. Mit riesigen neoklassizistischen Villen, die über der Ägäis aufragen. Und einer Kirche, blau wie die Schmucklilie Agapanthus und angefüllt mit Ikonen, die so schwer sind, als seien die abgebildeten Heiligen durch Ströme von geschmolzenem russischem Silber gewatet. Die Geschichte lebt auf jedem der 84 Quadratkilometer dieser Insel. Schon in der Antike ritzen hier Seeleute ihre Dankesgebete an die Götter in den Felsen des sicheren Hafens. Der Legende nach wurde eine Höhlenkapelle von einem Fischer errichtet, der vor einem Riesenoktopus gerettet worden war. Während des griechischen Unabhängigkeitskriegs stand Syros unter französischem Schutz, nahm von anderen Inseln geflüchtete Menschen auf, baute Tausende von Schiffen, gründete Akademien und Schulen, errichtete Druckereien und Theater. Und gedieh prächtig. Die Katholiken feierten ihre Messen oben auf den Hügeln, die Orthodoxen an deren Fuß. Heute ist Syros eine lebendige Insel mit geschäftigen Schiffswerften und etwa 22 000 Einwohnern – doch vergleichsweise wenigen Besuchern.

Ich frage Antonis, einen Bekannten, der hier lebt, warum das so ist. Wir sitzen in einem Café am Miaouli-Platz in der Hafenstadt Ermoupoli. Antonis löst ein Stück Zucker in seinem Kardamom-Kaffee auf und erklärt, dass es Schlimmeres für eine griechische Insel gebe, als sich darin von den anderen zu unterscheiden, dass der Massentourismus sie völlig ignoriere. Er erzählt wieder einmal seine Lieblingsgeschichte, vom Besuch Greta Garbos bei seiner Familie. Er war neun Jahre alt. Sie war in ihren Sechzigern und leuchtete noch immer wie kostbare Seide.

Ein Motorroller, beladen mit Aprikosenkisten, schlingert an uns vorüber. Inmitten des Motorenlärms erinnert er sich daran, wie seine wohlhabenden Eltern sich damals Gedanken machten, worüber man wohl mit einem so zurückgezogenen Star reden könnte und welche Weingläser man benutzen sollte. Solche Geschichten sind gar nicht selten auf Syros. Queen Victoria liebte Loukoumi, den hier hergestellten türkischen Honig, dessen Rezeptur im 18. Jahrhundert während der osmanischen Herrschaft Sultan Abdul Hamids perfektioniert wurde. Jedes Jahr wurde ein Paket mit Rosenwasser zubereiteter Loukoumis an den Buckingham-Palast geschickt. Um das Ganze frisch zu halten, wurde es in Seetang gewickelt, wie ein Geschenk des Odysseus.

Ein wenig später geht es hinunter zum Hafen, wo Yachten an einem Ufer ankern, das von Ruinen gigantischer Lagerhäuser aus dem 19. Jahr-

hundert gesäumt wird. Vor den Lagerräumen, die schon vor langer Zeit in Restaurants umgewandelt wurden, stehen Tische, an denen die Frauen und Kinder von Schiffsbauern auf das Ende der Schicht warten. Es gibt Menschen, die bedauern, die Werft hier sei so unphotogen. Sie klagen zu Unrecht. Denn die Werft nährt das Selbstbewusstsein dieser Insel. Syros ist nicht auf Besucher angewiesen. Von der unweit gelegenen Bikini-Hochburg Mykonos spricht man hier fast mitleidig, wie von einer absurd aufgetakelten Verwandten. Mädchen, deren nackte Beine in Biker-Boots stecken, fluten die Straßen. Sie haken sich unter und marschieren in der Abenddämmerung hinauf zum Rathaus. Dort, auf den Marmorstufen, lungern ihre jüngeren Brüder herum und hören griechischen Rap auf ihren Smartphones. Gelächter hallt im gelblichen Schein der Straßenlaternen von den blumenbehangenen Wänden wider. Die Gassen, die in Richtung des Stadtteils Vaporia führen, sehen aus, als seien sie aus Siena importiert, Romantik, Renaissance und Antike überlagern einander. Vaporia – auch als Klein Venedig bekannt – ist einfach wunderschön. Ab und zu geht man unter einem Balkon hindurch, der die Form einer Meerjungfrau im Stile Botticellis hat, oder passiert baufällige Salons mit goldgerahmten Spiegeln aus den 1820ern, die angebracht wurden, um das Kerzenlicht verschwenderischer Bälle einzufangen. Dann vergisst man für einen Moment, dass man auf einer kleinen griechischen Insel ist. Auf der Karte wirkt kein Dorf besonders weit entfernt, doch die Straßen sind oft steil und kurvig. Gräser wachsen auf den Wegen, violette Blumen verbergen oft steile Abhänge, das Licht fällt ruhig und sanft in die Schluchten. Seltsame Schmetterlinge, die wie zerknülltes Zeitungspapier aussehen, fliegen gegen die Windschutzscheibe, während



## Vom unweit gelegenen Mykonos spricht man hier fast mitleidig

sich mein Auto durch die offenen Fenster mit Pusteblumensamen füllt.

Vom Meer aus wirkt diese Insel ein bisschen wie eine Festung. Wild und kupferfarben gezackt, Klippen in Ocker und käferblauem Basalt. Das Wasser schimmert in tausend Grünschattierungen. Wenn man kurz nach der Morgendämmerung auf einem Boot an der Küste entlangfährt, glitzern die Strände wie Quecksilber. Manche sind winzig. Andere, etwa der „Delfini“, bieten eine strohgedeckte Bar. Einige kann man nur per Boot oder zu Fuß erreichen. An Land sieht man gährende Kinder, →

**INSEL-KALEIDOSKOP** Diese Seite: Friedliche Abendstimmung am Hafen.

Rechte Seite: **1** Sonnengelb gestrichene Tür in Ermoupoli. **2** So ist die Aussicht, wenn man von der „Villa Syros GK“ auf Finikas hinabschaut. **3** Der öffentliche Strand vor der Kirche Agios Nikolaos in Ermoupoli. **4** Die Straßen von Syros sind oft steil und kurvig. Gut, wenn man in Begleitung unterwegs ist.







**GLÜCKSGARANTIE** Die Bucht von  
Finikas liegt nur zehn Auto- oder  
Vespaminuten von Ermoupoli entfernt.



1



2



3



4

die aus Seegrashaufen kleine Höhlen bauen. Ihre Familien haben gezeltet, kommen jetzt aber wegen der beginnenden Hitze ins Freie. Das hübscheste Dorf ist Kini. Vor den Häusern hängen Bikinis und Schilder, die Ferienzimmer bewerben. In Restaurants wie dem „Allou Yialou“ wird Fisch mit Rosmarin gebraten, der fast wie Eukalyptus schmeckt, ein ölig-benebelndes Aroma, das sich mit dem Sonnenlicht zu vermischen scheint, mit der Landschaft und dem anbrechenden Tag, während Männer Brettspiele spielen und Motorroller die mit Piniennadeln bedeckte Küstenstraße entlangheulen.

Dimitra Kolotoura, eine Frau mit mandelförmigen Augen, die an den Fingern die schweren Onyxringe ihrer Großmutter trägt, pendelt schon lange zwischen Syros und Athen. Ihr Modelabel Zeus & Dione lässt, um das lokale Kunsthandwerk wiederzubeleben, ausschließlich in Griechenland fertigen, etwa traditionell bestickte Seidenkleider, die die formelle Eleganz dorischer Säulen ausstrahlen. Bei einem spätnachmittäglichen Treffen in Ermoupoli kommen wir auf die große alte Händlervilla „Syros CMN“ zu sprechen, die man als Ferienunterkunft mieten kann. Von dort aus sieht man auf den Hafen und das angrenzende Freibad hinab. Dimitra nickt und lacht: „Oh, da haben wir die Taufe meiner Tochter gefeiert. Eine Weile war es ein Hummerrestaurant. Die Dielen waren so alt und morsch – man konnte durch sie hindurch aufs Meer sehen.“ So etwas hört man hier oft. Auch Antonis sagt häufig: „Dieses Haus hat mein Urgroßvater für seine Tochter gebaut.“ – „Oh, da haben sie früher Amarantkuchen verkauft.“ Jeder scheint eine persönliche Beziehung

## Es kann sein, dass man eine gefühlte Ewigkeit lang niemandem begegnet

zu jedem Gebäude zu haben. Jede Familie erzählt Geschichten: über Hauptgerichte, Straßen, Türen mit abblättrender Farbe oder jenen Türklopfer, dessen Scharnier die Form eines zarten Damenhandgelenks hat.

Ein paar Türen weiter schließt Raphaelos in einem verstaubten Hemd seinen Antikshop ab. Der Laden ist voll mit alten Schallplatten von Donizetti-Opern, Fotos alter Würdenträger und verzierten Frisierischen, denen die Beine fehlen. Jetzt erwacht die Androu-Straße zum Leben. Sie schlägt einen wunderbaren Bogen um den Hafen. Die Restaurants hier sind die besten der Stadt: „Ousyra“, wo ein gutaussehender Koch mit gebräunten Armen Portishead hört, während die übrigen Angestellten ihm andächtig dabei zusehen, wie er mit der Präzision eines Herzchirurgen schneeweiße Anchovis und Wildbeerensalate anrichtet. „Kouzina“, wo der Inselwein nach Kamille und Erdbeeren schmeckt. „Jar“ mit seinen Cocktails aus Ouzo und Rosenwasser. Und „Django Gelato“, wo der besessene Konstantinos seine Sternanis- und Hibiskus-eiscreme herstellt, die immer nach einer halben Stunde ausverkauft ist. Den Rest des Tages sitzt er vor dem Laden und brütet über Rezepten.

**AUS DER ZEIT GEFALLEN** Linke Seite: Griechenland gilt mehr denn je als Inbegriff der Sehnsucht. **1** Relax de luxe: Outdoorbereich der Privatvilla „Syros GK“ über Finikas. **2** Am Straßenrand auf dem Weg nach San Michalis, einem kleinen Dorf im Norden der Insel. **3** Sonnenaufgang über Posidonia an der Finikas Bay. **4** Stille Straßen, schmale Treppen: Ano Syros.

## INFOS & TIPPS SYROS

**ANREISE** Urlauber können über Athen direkt zum Syros Island National Airport fliegen, der auch als „Demetrius Vikelas“ bekannt ist. Oder sie betreiben Inselhopping. Die Fahrt mit der Fähre von Athen nach Syros dauert zum Beispiel zwei bis fünf Stunden, je nachdem welche Route man wählt. Durch Fähren ist Syros direkt mit Mykonos, Paros, Tinos, Naxos, Santorin, Sifnos und anderen Inseln verbunden. **WOHNEN** Die Agentur Five Star Greece vermittelt die schönsten Privatvillen. „Syros GK“ (10 Gäste) und „Syros IK“ (8–12 Gäste), zwei Schwesterhäuser bei Finikas, bieten u. a. Salzwasserpool und Open-Air-Kino; je ab 12 500 €/Woche, ab Mai. „Syros AR“ (16–18 Gäste) bei Kini ist frisch luxuserenoviert. Das Haus punktet mit zwei Privatstränden – und den Kochkünsten von Tereza; ab 25 000 €/Woche. „Syros PN“, ein neoklassizistisches Anwesen für bis zu 12 Personen bei Posidonia, kostet ab 18 000 €/Woche. „Syros BN“ hat einen eigenen Tennisplatz; ab 15 750 €/Woche. [Fivestargreece.com](http://Fivestargreece.com)

Am Sonntag frischt der Nordwestwind auf, und alles ist sehr klar und blau. Die perfekte Zeit für eine Fahrt nach Ano Syros. Das ist das alte Zentrum des Katholizismus der Insel und einer ihrer atmosphärischsten Orte. Die Inselbewohner flohen 1208 vor Piraten hierher. Aus Feldsteinen errichteten sie auf dem konischen Hügel eine befestigte Siedlung. Gewundene gepflasterte Gassen und Treppen führen ins Nichts. Seit Jahrhunderten umtost der Meltemi die Anhöhe, von der aus man auf den Hafen hinabblickt. Mykonos wirkt am Horizont wie ein gezeichneter Strich. Von hier gehe ich zu Fuß zurück in die Stadt. Es kann einem passieren, dass man eine gefühlte Ewigkeit lang niemandem begegnet, keinerlei Bewegung sieht. Nur Blumentöpfe mit Geranien und Jasmin. Handgetöpferte Schornsteine. Scharfe Abzweigungen. Sackgassen. Auf halber Strecke ertönt der Klang einer Bouzouki, so melodisch, als spiele Angel Romero einen Flamenco. Durch die halbgeöffneten Läden einer Taverne sehe ich Menschen, die gefüllte Weinblätter und knuspriges Brot essen und dabei dem Tag mit Ouzo zuprosten. Alte Männer mit verschränkten Fingern wippen mit ihren Füßen, die in Stiefeln stecken, und lassen beim Lächeln ab und zu einen Goldzahn aufblitzen. Schöne junge Männer schütteln ihre schwarzen Locken und heben ihre Gläser zur nächsten Runde Ouzo oder Raki, während ihre Freundinnen sich Zigaretten drehen und sich verträumt an ihre Schultern lehnen. Der Duft von geröstetem Salbei durchzieht den Raum, die Gäste wiegen sich im Takt einer Ballade aus den zwanziger Jahren, deren Text in etwa so geht: „Ich werde kommen und dich wecken. Niemand sonst wird uns sehen. Komm an dein Fenster, ich flehe dich an!“ Es ist das Griechenland der Träume.

Es scheint so, als habe jemand den Raum, die Stadt, die ganze Insel aus dem alltäglichen Zeitkontinuum herausgenommen und in einer fotografischen Momentaufnahme festgehalten. Ich habe das glückliche Gefühl, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein. Alle singen mit geschlossenen Augen, als dächten sie an einen geliebten, vor langer Zeit verschollenen Menschen. Es wird noch mehr gesungen, frische Gläser werden aufgereiht. Der Wirt zählt zerknüllte Geldscheine. Viel später, als ich weiterziehe, kommen vom Feld am Ende der Straße junge, mit klackernden Glöckchen behängte Ziegen herangehüpft, und der Sonnenuntergang im Hintergrund leuchtet so spektakulär wie eine phantastische Komposition aus Mohnblumen.

# VOGUE DEUTSCH LESERINNEN WERBEN + WUNSCHPRÄMIE SICHERN

## KARL- LAGERFELD- BILDBAND



### CHANEL

#### „KARL LAGERFELD: DIE KAMPAGNEN“

Mehr als drei Jahrzehnte Modefotografie für CHANEL in einem umfangreichen Prachtband: „CHANEL Karl Lagerfeld: Die Kampagnen“ versammelt als einmaliges Zeitdokument erstmals eine umfassende Auswahl der Bilder, die Karl Lagerfeld für die Chanel-Werbestrecken aufnahm. Ein Jahr VOGUE + Karl-Lagerfeld-Bildband nur 72 € + 16 € Zuzahlung.

Jetzt VOGUE empfehlen und Wunschprämie sichern. Jahresabonnementspreis nur 72 € (A: 72 €, CH: 114 SFR). Nach Ablauf des Mindestbezugszeitraums ist das Abo jederzeit kündbar. Zahlung im Voraus. Alle Preise inkl. MwSt. und Versand. Angebot gilt nur in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In Österreich und der Schweiz nur Prämien ohne Zuzahlung erhältlich. Alle Prämien nur, solange Vorrat reicht. VOGUE erscheint in der Conde Nast Germany GmbH, Oskar-von-Müller-Ring 20, D-80333 München, Tel.: 089 / 38104-991, Fax: 089 / 38104-270; Amtssperich München HRB 56733, USt-IdNr.: DE 129 318 186; CEO: Jessica Pappert-Schulz

Bequem bestellen: 089/12140820 [shop.condenast.de/vogue-leserwerben](http://shop.condenast.de/vogue-leserwerben)

UNSER  
TIPP



# SWEATER

## VOGUE-SWEATER

### AUS 100 % BIOBAUMWOLLE

Die VOGUE-Sweater werden vom jungen deutschen Label PHYNE aus 100 % Bio-Baumwolle produziert und erstmals mit einer neuen, GOTS-zertifizierten Druck-technik veredelt. Entdecken Sie jetzt die von PHYNE etablierte Qualität und Haptik in den Farbvarianten Grau Melange und Schwarz. In den Größen S bis XL erhältlich. Ein Jahr VOGUE + VOGUE-Sweater nur 72 €.

40-EURO-  
GUTSCHEIN\*

VON AMAZON.DE

Wählen Sie aus Mode,  
Beauty, Büchern, Musik  
und, und, und.  
Ein Jahr VOGUE +  
Gutschein nur 72 €.

amazon.de  
geschenkkarte



€ 40

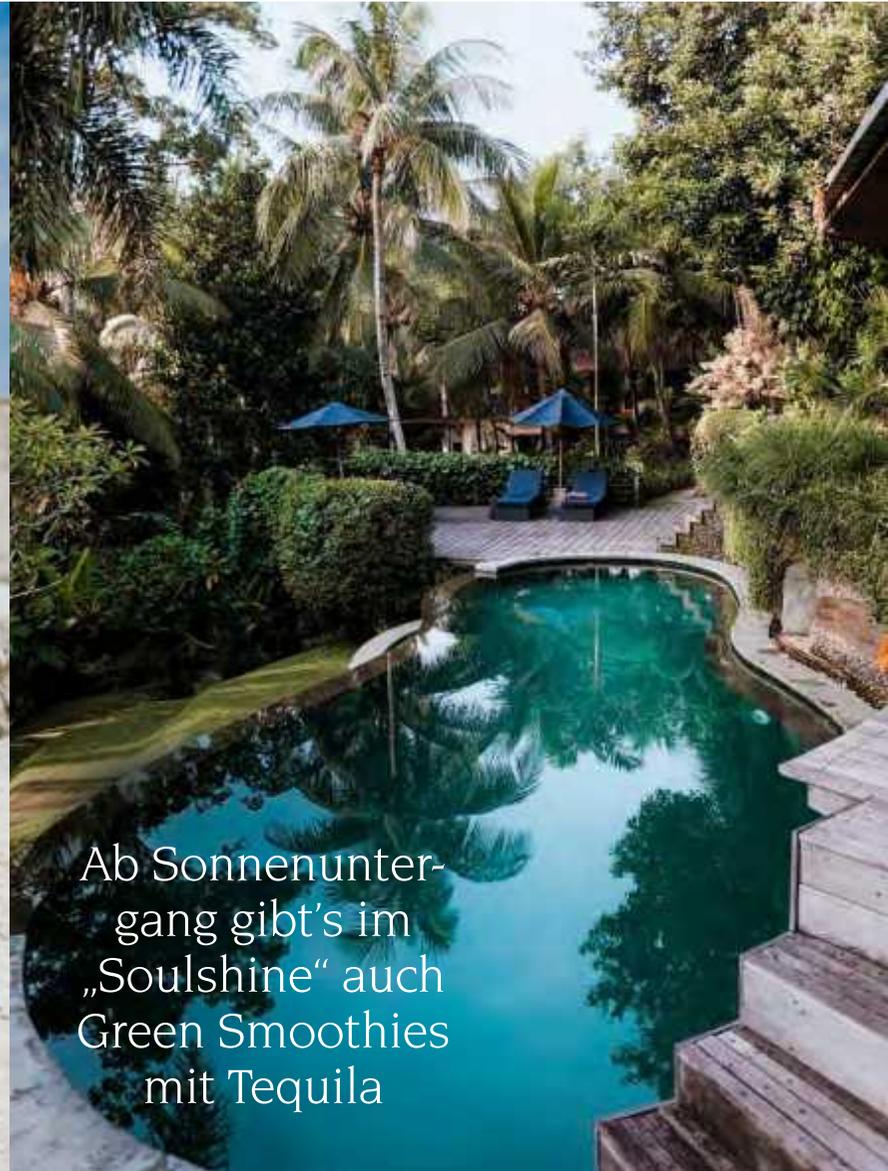
# AMAZON- GUTSCHEIN

\* Amazon.de ist kein Sponsor dieser Werbekampagne. Amazon.de-Gutscheine („Gutscheine“) sind für den Kauf ausgewählter Produkte auf Amazon.de und bestimmten Partner-Webseiten einlösbar. Sie dürfen nicht weiterveräußert oder anderweitig gegen Entgelt an Dritte übertragen werden, eine Barauszahlung ist ausgeschlossen. Aussteller der Gutscheine ist die Amazon EU S.A. r.l. in Luxemburg. Weder diese noch verbundene Unternehmen haften im Fall von Verlust, Diebstahl, Beschädigung oder Missbrauch eines Gutscheins. Gutscheine können auf [www.amazon.de/einloesen](http://www.amazon.de/einloesen) eingelöst werden. Dort finden Sie auch die vollständigen Geschäftsbedingungen. Alle Amazon.de- und -Produkte sind Eigentum der Amazon.com, Inc. oder verbundener Unternehmen. Die Gutscheine sind bis zu dem angegebenen Ablaufdatum einlösbar. Es fallen keine Servicegebühren an.

Bequem bestellen: 089/12140820 [shop.condenast.de/vogue-leserwerben](http://shop.condenast.de/vogue-leserwerben)

# THE POWER OF LOVE

Glückliche Paare sind besonders herzliche Gastgeber. Hoteliers von Apulien bis Ibiza, die ihre Lebensfreude mit ihren Gästen teilen



Ab Sonnenuntergang gibt's im „Soulshine“ auch Green Smoothies mit Tequila

## EAT, PRAY, DANCE

Die Mischung der Gäste im „Soulshine Bali“, das als eines der coolsten Yoga-Retreats der Welt gilt, ist so spannend wie die Story seiner Besitzer. Michael Franti ist in Kalifornien geboren und bei finnischstämmigen Adoptiveltern aufgewachsen. Der bekannte Musiker und Lyriker kaufte das Anwesen ursprünglich als persönlichen Rückzugsort. Seine Frau Sara, eine Kanadierin mit persischen Wurzeln, teilt die Leidenschaft ihres Mannes für die Insel. Die beiden verliebten sich, als Michael Sara während eines Konzerts von der Bühne aus anlächelte. Heute sind sie seit mehr als fünf Jahren verheiratet, haben einen zweijährigen Sohn und viermal so viele Hotelzimmer wie damals. 16 der insgesamt 32 Räume, die ab April buchbar sind, entstanden während der Pandemie. „Bevor wir Anfang 2020 hierherzogen, waren wir 200 Tage im Jahr auf Tour.“ Musik spielt noch immer eine große Rolle in ihrem Leben – und an ihrem Pool. „Wir lieben Yoga auf entspannte Art. Unsere Philosophie könnte man so formulieren: Tagsüber Green Smoothies pur – und nachts mit Tequila.“ Soulshinebali.com





Lunch unter schattigen Olivenbäumen und ein Beachclub: „Masseria Calderisi“ in Apulien



### FAMILIENVORSPRUNG

Vor zwölf Jahren, als der Apulien-Boom noch in den Kinderschuhen steckte, verliebten sich Jutta und Max von Braunmühl in die verlassene „Masseria Calderisi“ bei Savelletri. Damals erschien ihnen das Anwesen mit seinen Rundbögen, Trockenmauern und knorrigen Oliven etwas zu groß. Doch keines, das sie in Folge besichtigten, hatte den gleichen Charme. Als die Münchner zehn Jahre und drei Töchter später durch Zufall erfuhren, dass die Masseria noch immer auf dem Markt war, griffen sie zu. Heute befinden sich hinter den weißgekalkten Mauern 24 Zimmer und Suiten, die mit naturfarbenem Leinen, handgearbeiteten Eichenmöbeln und einheimischer Keramik angefüllt sind. Es gibt eine Piazza und einen 18-Meter-Pool, einen Biogarten und Liegestühle im Schatten von Zitronen- und Orangenbäumen. Dass das Hotel jetzt schon für viele Hochzeiten gebucht ist, hat seinen Grund. Besucher können privat speisen, wo immer sie wollen, oder entspannt vom eigenen Strand aus ins Adriatische Meer gleiten. [Masserialcalderisi.com](http://Masserialcalderisi.com)



Plötzlich  
Hoteliers: Die  
„Domaine de  
Fontenille“  
veränderte  
ihr Leben von  
Grund auf



**DIE GÄRTNER DES SÜDENS**

Die uralten Zedern und Platanen im Park der „Domaine de Fontenille“ gaben den Ausschlag für den Kauf des schlossartigen Anwesens. „Diese Bäume sind einzigartig und unvergleichlich“, erzählen Frédéric Biousse und Guillaume Foucher, die ursprünglich ein Privathaus für sich gesucht hatten. Weil ihnen die 1648 erbaute Domaine dann doch zu groß war, machten sie daraus ein Hotel: die meistbeachtete französische Neueröffnung im Jahr 2015. Dem in Olive- und Beigetöne getauchten Interior des Guts im Luberon sieht man an, dass einer der Besitzer aus der Fashionwelt kommt (Biousse war früher CEO der Modegruppe SMCP) – und der andere aus der Kunstszene (Foucher gründete die Pariser „Galerie Particulière“). Gemeinsam haben sie eine neue Passion entdeckt: Ihr Unternehmen hat mittlerweile vier weitere Hotels eröffnet – und ist im Begriff, das vorläufige Meisterstück abzuliefern. Im ehemaligen Haus von Catherine Deneuve, rund 80 Kilometer vor Paris, entsteht ein Fünfsternehotel mit Spa und eigener Landwirtschaft. [lesdomainesdefontenille.com](http://lesdomainesdefontenille.com)



Fotos: Yann Deret (3), Serge Chapuis (1)

## JAPANISCHE KIMONOS, MAROKKANISCHE FLIESEN, INTERNATIONALER OPTIMISMUS

Wenn Lenny Kravitz ein Hotel besäße, dann sähe es wohl wie „Los Enamorados“ (span.: „die Liebenden“) aus: eine fröhlich-bunte Oase mit neun wildromantischen Zimmern. Es ist unmöglich, sich dem Charme des perfekt kuratierten Miteinanders aus Flohmarktfunden, Midcentury-Design und zeitgenössischen Stücken von Piet Hein Eek, Tom Dixon oder Jonathan Adler zu entziehen. Arbeiten von lokalen Künstlern geben dem verwunschenen Juwel in der Bucht von Portinatx im Norden von Ibiza den ortsbezogenen Schliff. Das natürliche Charisma der Inhaber Rozemarijn de Witte und Pierre Traversier hat ebenfalls seinen Teil zum Erfolg des Projekts beigetragen. Nachdem die niederländische Ex-Verlegerin („Linda.“, „Living“ oder „La Vie en Rose“) und der französisch-antillische Ex-Basketballer sich vor inzwischen 14 Jahren in Paris auf den ersten Blick ineinander verliebt hatten, gaben beide ihren Beruf auf und reisten gemeinsam um die Welt. 2014 entdeckten sie das verlassene ibizenkische Haus, das sie mit viel Gefühl mit Leben füllten. Zum diesjährigen fünften Jubiläum schenken sie sich und dem Hotel neue Blumeninstallationen der Künstlerin Linda Nieuwstad. Wie alles, was im Hotel und im hauseigenen Shop zu sehen ist (Möbel inbegriffen), sind auch diese dann zu verkaufen. „Blumen wirken positiv und optimistisch. Das ist genau das, was man jetzt braucht.“ [Losenamoradosibiza.com](http://Losenamoradosibiza.com)



Ein aus der Zeit gefallener Zufluchtsort für „Enamorados“ mit Boho-Charme



# FLAVOUR PAIRING

Verblüffende Verbindungen: Vereint man in der Küche scheinbar gegensätzliche Aromen, entsteht ein Geschmacksfeuerwerk

**G**ewusst haben wir es schon immer. Zum Beispiel: in Butter gedünstete Zwiebel, dazu mit Milch verquirltes Ei in der Pfanne stocken lassen, darüber frische Schnittlauchhalme. Ein Klassiker der Frühstücks-, Brunch-, Abendbrot-, Genesungsküche, den auch die Ungeübtesten im Repertoire haben. Dass zerlassene Butter und Zwiebel und Ei und Milch und Schnittlauch, in der richtigen Reihenfolge zusammengefügt und mit Bedacht zubereitet, ein köstliches Gericht ergeben – keine Frage. Dass ein paar Krümel von Salz und Pfeffer dem Ganzen guttun – keine Frage. Dass Kräuter der Provence oder Curry hier eher störend wären – auch keine Frage. Schließlich verstehen wir alle eine ganze Menge von gelungenem Food und Flavour Pairing.

Tomaten- und Mozzarellascheiben mit fruchtigem Olivenöl und frischen Basilikumblättchen. Matjes mit gehackter Zwiebel, Sahneseauce und Apfel. Kombinieren, komplettieren, variieren, mit Zutaten jonglieren und Aromen zusammenbringen – im Allgemeinen sind wir sicher, was eine gute Paarung ergibt, was harmoniert und uns schmecken wird. Sicher?

Foodies und Gourmets schwärmen von krossgebratener Hähnchenbrust, auf Mousse au Chocolat gekrümelt. Von dunkler Schokolade mit Gorgonzola. Von Lachs mit Lakritze. Und von Chefs, die ihre Kunst wissenschaftlich und mit Hilfe von Labor und Molekülforschung unterfüttern und sich statt an Tradition lieber an Tabellen orientieren, bevor sie ihre Kreationen erschaffen. Immer auf der Suche nach der perfekten Kombination, bei der sich die Aromen kongenial ergänzen und den Gaumen erst verblüffen, dann verzaubern.

Dass Kochen nicht nur mit Erfahrung und Phantasie, sondern mehr noch mit Physik und Chemie zu tun hat, ist sozusagen Grundlage der neuen Küche, deren Entwicklung der britische 3-Sterne-Koch Heston Blumenthal zusammen mit dem Schweizer Parfumeur François Benzi anheizte. Wobei sie sich die Erkenntnis zunutze machten, dass die ungewöhnlichsten Geschmacksfusionen aufs Feinste verschmelzen, wenn möglichst viele ihrer Aromakomponenten übereinstimmen. Was bei den unterschiedlichsten Lebensmitteln wie auch Gewürzen der Fall sein kann. Leberpastete und Jasminblüte etwa, dem Gericht, das François Benzi sozusagen auf den richtigen Weg geführt hatte. Im Garten hatte er den Duft von frischem Jasmin erschnuppert, der ihn seltsamerweise an den Geruch von Leber erinnerte. Er vertraute auf seine Nase, bereitete Leberpastete, garnierte sie nicht wie üblich deftig, sondern duftend mit Jasminblüten – et voilà: ein voller Erfolg.

Grundsätzlich kann der Mensch fünf Geschmacksrichtungen unterscheiden – süß, sauer, salzig, bitter, umami. Den wahren Genuss aller-

dings beschert die Nase, die Tausende von Aromen dechiffriert und die Verbindung zu Gaumen, Geist, Gefühl herstellt. Mehr als 10 000 Aromen wurden bisher in Lebensmitteln entschlüsselt und katalogisiert, die Möglichkeiten zu immer neuen Synthesen sind schier unendlich und ungeheuer reich an Überraschungen. Geschmack ist also auch ein Ergebnis von Forscherdrang und Neugier.

Im belgischen Brügge hat es sich ein Team um den Biotechnologen Bernard Lahousse zur Aufgabe gemacht, die chemische Tüftelei zu übernehmen und für Köche aufzubereiten. Denn jede Zutat hält eine breite Palette von Aromen bereit, die herausdestilliert und katalogisiert werden müssen. Seine Erkenntnisse stellt Lahousse in Datenbanken ein,

die Auskunft darüber geben, wie gut etwa weiße Schokolade und dunkler Kaviar harmonieren, nicht bloß optisch. Eine erstaunlich perfekte Liaison, denn beides verfügt über dasselbe Schlüsselaroma, nämlich eine Portion des Aminoxids Trimethylamin.

Nicht nur Köche und Konditoren bedienen sich der Laborergebnisse, auch Barkeeper und Sommeliers profitieren vom Mix and Match der Naturwissenschaft. Doch die Welt der Aromen ist längst nicht bis in die letzte Verästelung entschlüsselt, immer neu entdeckte Beziehungen und Bezüge helfen, den Geschmack zu optimieren. Und die Suche geht weiter: Experimente mit Konsistenzen und den unterschiedlichsten Aggregatzuständen bescheren weitere ungewohnte Genusserlebnisse.

Aber da ist dann noch die Psychologie, die über Vorlieben und Wonne wacht. Denn schließlich ist Geschmack auch Heimat und Erinnerung. Ob nun eine Orange zum schwarzen Kaffee die Seele so besonders erhellt, weil die Aromen von Orange + Kaffee + Röststoffe aufs Heftigste verschmelzen? Oder weil Orange zum Kaffee schon lange zu einem gelungenen Nachmittag am Strand gehört und die Kombination von beidem immer wieder aufs Neue die Erinnerung und das Gefühl an Sonne, Sand und süßes Nichtstun in uns aufblitzen lässt?

Am Ende läuft es wohl auf die gleiche Erkenntnis hinaus. Es gibt Pairings, Verbindungen, bei denen stimmt nun mal die Chemie, und sie erweisen sich dann als pure Magie. Und immer öfter lässt sich eine solche Magie sogar wissenschaftlich erklären.

RITA KOHLMAIER

Mehr als 10 000 Aromen wurden bisher in Lebensmitteln entschlüsselt



**TONBILDER** Die katalanische Keramikünstlerin Romina Gris fertigt Architekturstudien in Form von funktionalen Vasen und Dosen an. Ihre Serie „Skyline Stripes“ stellt postmoderne Gebäude in emailliertem Porzellan nach. Preise von 90 bis 260 €.

**WANDERTISCH** Ästhetik einer Skulptur, Pragmatik eines Smarthome-Accessoires: Ablagefläche „Figur“. H 58 cm, Ø 36 cm, in vier Farben, 340 €. Von Swedese.



**KAFFEEKAKTUS**

„Saguaro“ bedeutet Säulenkaktus. Warum das spanische Design-duo Doiy seine stapelbaren Kaffeetassen so genannt hat, ist leicht zu erkennen. 4er Set, aus Glas, 35 €.



**MUSIK-BAD** und Home-Spa: „Conoduo“, eine Wanne für zwei, wird durch ein unsichtbar in den Korpus integriertes Audiosystem in einen Klangkörper verwandelt – und erlaubt es, in die Musik einzutauchen. Wanne 6600 €, „Sound Wave“ 795 €. Von Kaldewei.



# DESIGN NEWS

Da geht noch mehr! Wohn-Hacks von multifunktional bis epochal



**KORBBANK**

„Kiulu Bench“ ist Sitzgelegenheit und Ablagekorb für Handtücher, Kosmetika oder Zeitschriften in einem. Aus lackierter Birke, 1010 €. Von Artek.

Fotos: Photostudio Siciliano GmbH (1); alle Preise unverbindlich



**PROJEKT DARKROOM  
DIE FOTOSENSITIVEN KERAMIKEN  
DES GLITHERO-DUOS SARAH  
VAN GAMEREN UND TIM SIMPSON**

Welche Geschichte steckt hinter der Entstehung Ihrer „Hold Me“-Vasen? Letztendlich sind sie ein Lockdown-Produkt. Davor haben wir mit silbergelatinebeschichteter Keramik und Seegrass experimentiert, ein fotosensitiver Prozess. Während der ersten Welle verbrachten wir noch mehr Zeit in der Dunkelkammer. Eines Tages warf Tim mir eine Vase zu und belichtete den Moment, als ich sie fing. So entstand eine Serie von vier Unikaten.

Die Aufforderung „Hold me!“ scheint ohnehin gut zur aktuellen Situation zu passen.

Wir geben uns wirklich Halt. Kennengelernt haben wir uns an der Designakademie Eindhoven und wurden auch privat ein Paar. Wir arbeiten sehr gut miteinander, da wir konzeptionell ähnliche Ansätze verfolgen. Und wenn wir zusammen sind, passieren immer spannende Dinge.

**Woran arbeiten Sie aktuell?**

Wir beschäftigen uns mit Kronleuchtern aus Wachs, aber auch mit der virtuellen Welt. Auf Eventbrite gelingt es uns zum Beispiel, unsere Studiowelt nach außen zu tragen. Das schenkt uns eine aufregend neue Art von Freiheit. KH

„Hold Me“-Vase Nr. 3 aus einer Serie von vier Unikaten. Von Glithero für Gallery Fumi, 4500 £. [Galleryfumi.com](http://Galleryfumi.com)



**LANDSCHAFTSARCHITEKTUR** Ein patentiertes Verbindungssystem ermöglicht es, aus stapelbaren Quadrern Sessel, Sofas, Daybeds oder große Liegelandchaften zu bauen. „Curt“ von Malte Grieb und Joa Herrenknecht. Modul, ab 445 €.



**HYDRAULIK-KICK** „Tibu“ wächst mit jeder Herausforderung. Der pulverbeschichtete Stuhl/Hocker ist dank integrierter Gaskartusche höhenverstellbar. Von Magis, 610 €.

Tischlein an der Wand:  
Hochgeklappt dient „Specchio“  
als Spiegel, aufgeklappt als  
Esstisch für 4 bis 5 Personen.

[RESOURCEFURNITURE.COM](http://RESOURCEFURNITURE.COM)



**FLEXIBEL** Das Münchner Bauprojekt Van B bringt kleine Wohnungen groß raus. In Schienen hängende Raumteiler öffnen beim Zusammenschieben neue Flächen, während Plug-ins mit Klappbett, Schreibtisch, Sitzlounge oder Fitnessgerät für noch mehr Optionen sorgen. [Bauwerk.de/de/objekt/van-b](http://Bauwerk.de/de/objekt/van-b)



**NOMADENSTIL** Die Module der „Contemporary Memories“-Kommode können einzeln benutzt oder immer wieder neu zusammengesetzt werden. Aus MDF und Leder, von Maarten De Ceulaer für Nilufar.

PUBLISHED BY CONDÉ NAST

Chief Executive Officer **Roger Lynch**  
 Global Chief Revenue Officer & President, U.S. Revenue **Pamela Drucker Mann**  
 Global Chief Content **Anna Wintour**  
 President, Conde Nast Entertainment **Agnes Chu**  
 Chief Financial Officer (INTERIM) **Jason Miles**  
 Chief Marketing Officer **Deirdre Findlay**  
 Chief People Officer **Stan Duncan**  
 Chief Communications Officer **Danielle Carrig**  
 Chief of Staff **Samantha Morgan**  
 Chief Product & Technology Officer **Sanjay Bhakta**  
 Chief Data Officer **Karthic Bala**  
 Chief Client Officer **Jamie Jouning**  
 Chief Content Operations Officer **Christiane Mack**

CHAIRMAN OF THE BOARD  
**Jonathan Newhouse**

WORLDWIDE EDITIONS

**DEUTSCHLAND:** AD, GLAMOUR, GQ, GQ STYLE, VOGUE  
**FRANKREICH:** AD, AD COLLECTOR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE COLLECTIONS, VOGUE HOMMES  
**GROSSBRITANNIEN:** LONDON: HQ, CONDÉ NAST COLLEGE OF FASHION AND DESIGN, VOGUE BUSINESS;  
 CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, GQ STYLE, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED  
**INDIEN:** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE  
**ITALIEN:** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, EXPERIENCE IS, GQ, LA CUCINA ITALIANA, L'UOMO VOGUE, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED  
**JAPAN:** GQ, RUMOR ME, VOGUE, VOGUE GIRL, VOGUE WEDDING, WIRED  
**MEXIKO UND LATEINAMERIKA:** AD MEXICO AND LATIN AMERICA, GLAMOUR MEXICO AND LATIN AMERICA, GQ MEXICO AND LATIN AMERICA, VOGUE MEXICO AND LATIN AMERICA  
**SPANIEN:** AD, CONDÉ NAST COLLEGE SPAIN, CONDÉ NAST TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE NIÑOS, VOGUE NOVIAS  
**TAIWAN:** GQ, VOGUE  
**USA:** ALLURE, ARCHITECTURAL DIGEST, ARS TECHNICA, BASICALLY, BON APPÉTIT, CLEVER, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIUS, GLAMOUR, GQ, GQ STYLE, HEALTHYISH, HIVE, LA CUCINA ITALIANA, LOVE, PITCHFORK, SELF, TEEN VOGUE, THEM., THE NEW YORKER, THE SCENE, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

**BRASILIEN:** CASA VOGUE, GLAMOUR, GQ, VOGUE  
**RUSSLAND:** AD, GLAMOUR, GLAMOUR STYLE BOOK, GQ, GQ STYLE, TATLER, VOGUE

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

**AUSTRALIEN:** GQ, VOGUE, VOGUE LIVING  
**BULGARIEN:** GLAMOUR  
**CHINA:** AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, GQ LAB, GQ STYLE, VOGUE, VOGUE FILM, VOGUE ME, VOGUE BUSINESS IN CHINA, VOGUE CAFÉ BEIJING  
**DEUTSCHLAND:** GQ BAR BERLIN  
**GRIECHENLAND:** VOGUE  
**HONGKONG:** VOGUE, VOGUE MAN  
**KOREA:** ALLURE, GQ, VOGUE, WIRED  
**MALAYSIA:** VOGUE LOUNGE KUALA LUMPUR  
**MITTLERER OSTEN:** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE, VOGUE CAFÉ RIYADH, WIRED  
**NIEDERLANDE:** GLAMOUR, VOGUE, VOGUE LIVING, VOGUE MAN, VOGUE THE BOOK  
**POLEN:** GLAMOUR, VOGUE  
**PORTUGAL:** GQ, VOGUE, VOGUE CAFÉ PORTO  
**RUMÄNIEN:** GLAMOUR  
**RUSSLAND:** VOGUE CAFÉ MOSCOW  
**SERBIEN:** LA CUCINA ITALIANA  
**SINGAPUR:** VOGUE  
**SKANDINAVIEN:** VOGUE  
**SLOWAKEI UND TSCHIECHIEN:** VOGUE  
**SÜDAFRIKA:** GLAMOUR, GQ, GQ STYLE, HOUSE & GARDEN  
**THAILAND:** GQ, VOGUE  
**TÜRKEI:** GQ, VOGUE, VOGUE RESTAURANT ISTANBUL  
**UKRAINE:** VOGUE, VOGUE MAN  
**UNGARN:** GLAMOUR

Condé Nast is a global media company producing premium content with a footprint of more than 1 billion consumers in 32 markets. [condenast.com](http://condenast.com)

Abonnenten-Betreuung Deutschland und Ausland ohne Schweiz: Vogue Leserservice, Condé Nast Kundenservice, 20080 Hamburg, Telefon: +49 (0) 89-12140820, E-Mail: [abo@vogue.de](mailto:abo@vogue.de). Preis für Jahresabonnement (9 Ausgaben): 72,- € (D), 72,- € (AUT). Restliches Ausland auf Anfrage. Schweiz: VOGUE Leserservice, Postfach, 6002 Luzern, Telefon: +41/3292244, E-Mail: [vogue@leserservice.ch](mailto:vogue@leserservice.ch). Preis für Jahresabonnement (9 Ausgaben): 114 sfr. VOGUE (German) (USPS no 0023822) is published by Condé Nast Germany. Known Office of Publication: Data Media (A division of Cover-All Computer Services Corp.), 2221 Kenmore Avenue, Suite 106, Buffalo NY 14207-1306. Periodicals postage is paid at Buffalo, NY 14205. Postmaster: Send address changes to Vogue (German), Data Media, P.O. Box 155, Buffalo, NY 14205-0155. E-Mail: [service@roltek.com](mailto:service@roltek.com) Toll free: 1-877-776-5835.

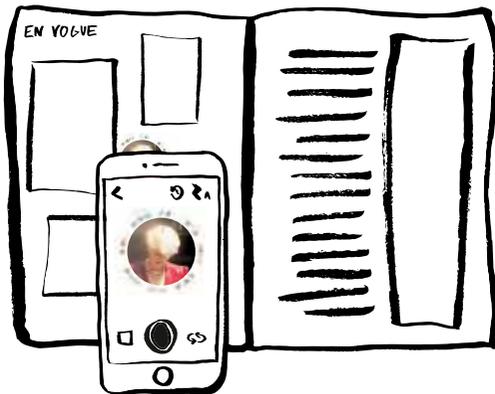
VOGUE WEDDING

Ein Hochzeitsguide für das perfekte Kleid, Traumlocations, Brautfrisuren & Co.



# TRÄUME LEBEN

Pincodes scannen für Wunschhochzeit, Karriere-Boost und kulinarische Künste



SO WIRD EIN PINCODE GESCANTT

- 1 Öffnen Sie die Pinterest-App auf Ihrem iPhone oder Android-Telefon.
- 2 Tippen Sie auf die Suchfunktion (Lupe unten).
- 3 Tippen Sie nun auf das Symbol für die Pinterest-Kamera (oben rechts).
- 4 Richten Sie das Telefon auf den Pincode, und halten Sie es kurz still, um den Code zu scannen. Es muss nicht wirklich ein Bild gemacht werden!



VOGUE BUSINESS Work in progress: wertvolle Karrieretipps und Erfahrungen von Frauen für Frauen.



GOURMET

Köstliche Rezepte für ein neues Geschmackserlebnis zu Hause.



Redaktion: Estelle Meyer; Fotos: Andreas Ortner/Trunk Archive, Marie Zucker, Diane Fields

# MOST WANTED

Wir sehnen uns nach Leichtigkeit und befreien uns von warmem Strick und üppiger Pflege – jetzt ist die Zeit, mit frischen Looks neu aufzublühen!

Jedes Stück ein wertvolles Unikat: In der Schmuckmanufaktur Gellner verwandeln sich kostbare Perlen in unvergleichlich sinnliche Meisterwerke – jede einzelne von ihnen repräsentiert ein Stück vom Paradies. So verzaubern die Gelbgold-Creolen aus der Linie „Modern Classic“ mit geheimnisvoll schimmernden, 14 Millimeter großen Südsee-Zuchtperlen. [gellner.com](http://gellner.com)



EFFEKTIV Zusammen mit Apothekern und Kosmetikfachleuten entwickelt OJESH Seren mit Hyaluron, die den höchsten Ansprüchen innovativer Hautpflege gerecht werden. Dank besonders feiner Oligo-Hyaluronmoleküle dringen die speziellen Wirkstoffkomplexe schnell und tief in die Haut ein: für einen länger anhaltenden Effekt und ein strafferes und frischeres Hautbild, bereits nach der ersten Anwendung. [ojesh.de](http://ojesh.de)



TRENDGESPÜR Auf der Suche nach den besonderen Looks für die neue Saison? Im (Online-)Shop von Breuninger ist die Auswahl so erlesen wie verführerisch: Ob hochwertige Ready-to-Wear, exklusive Accessoires oder Nischendüfte, ob Newcomer-Brands oder High-Fashion-Labels (r. Seidenkleid von Diane von Furstenberg) – hier findet man alles, was das Herz begehrt. Styling-Guides, Beauty-Tipps oder Updates für Home & Living inklusive. [breuninger.com](http://breuninger.com)



FORMSCHÖN Es ist die Verschmelzung von handwerklichem Können, Liebe zum Detail und raffinierter Leichtigkeit, die die Taschen von Roeckl so unverwechselbar und einzigartig macht. So betört die papayafarbene „Alina“ aus der Taschenkollektion „Iconic“ mit moderner wie eleganter Form, leuchtend frischer Farbe und angenehm weicher Haptik. Aus hochwertigem italienischem Leder in bis zu 150 Einzelteilen in Maßarbeit gefertigt, wird die runde Crossbody-Bag zum Wegbegleiter der Stunde – als Mini- und Midi-Bag und in verschiedenen Farben erhältlich. [roeckl.com](http://roeckl.com)

NEPTUNS Schatzkiste: Das Körperpeeling von KU2 Cosmetics sorgt dank einer maritimen Wirkstoffkombination für ein verfeinertes Hautbild: Meersalz befreit die Haut von abgestorbenen Hautschüppchen und reinigt die Poren, Algin stärkt die Elastizität der Haut und wirkt feuchtigkeitsspendend, der aus Braunalgen gewonnene Laminaria-Digitata-Extrakt regt den Zellstoffwechsel an und beugt so der Bildung von Cellulite vor. Das Ergebnis ist eine seidige, spürbar glattere Haut. [ku-europe.de](http://ku-europe.de)



MEISTERKLASSE Die klassisch-elegante „Master Collection“ verkörpert das uhrmacherische Know-how der Schweizer Marke Longines in Perfektion: Alle Modelle sind bis 3 bar wasserdicht und verfügen über ein Uhrwerk mit Automatikaufzug, das man durch den Gehäuseboden aus durchsichtigem Saphirglas bestaunen kann. Hier ein Bicolor-Modell (Durchmesser: 25,5 mm) aus Edelstahl und 18-karätigem Gelbgold, mit mattweißem Zifferblatt und vergoldeten Zeigern. [longines.com](http://longines.com)



# WIDDER

21. MÄRZ BIS 20. APRIL



## Bühne frei für Liebe und Leidenschaft!

**V**OLLE KRAFT VORAUS! Ab Ostermontag fällt es dem Widder endlich leichter, auszusprechen, was bisher unklar war. Der Geist arbeitet wieder schnell, und es gelingt ihm, Dinge rasant in die Tat umzusetzen. Das Zögerliche schwindet, und die eigene Kraft nimmt zu. Im Geburtstagsmonat sowieso – der Frühlingsbeginn ist für das erste Zeichen des Tierkreises gleichsam ein Startschuss ins Leben. Jetzt wird nach Herzenslust geliebt, gelacht, gemacht und Neues entdeckt. Der Widder reißt andere jetzt wieder mit, ohne sich dafür wahnsinnig anstrengen zu müssen. Dieses gute Gefühl von großer Authentizität, Agilität und Stärke pusht auch den etwas lädierten Selbstwert des Feuerzeichens ungemein. Unter den Top zwölf des Tierkreises ist es schließlich der Job der Widder-Geborenen, Hindernisse leichtfüßig zu überspringen und bei Problemen nicht lange zu verweilen. Sie probieren impulsiv aus, was geht, und gönnen sich währenddessen auch einmal den einen oder anderen Fehler.

Die profunden globalen Veränderungen der vergangenen Monate sind jedoch selbst an den unverwüstlichen Widdern nicht spurlos vorübergegangen. Das spiegelt sich sowohl in Partnerschaften und familiären Beziehungen als auch in Freundschaften wider. Hier entstehen nun einige Herausforderungen, da sich die jeweiligen Lebenssituationen häufig sehr verändert haben.

Mit dem Neumondzyklus in Widder am 12. April wird eine Phase eingeläutet, in der es stärker denn je darum geht, die eigene Verletz-

lichkeit mutig zu zeigen. Und damit auch andere dazu einzuladen, mit der ihren offen umzugehen. Wenn der Widder ständig so tut, als ob alles gut wäre, bewirkt das in seinem unmittelbaren Umfeld oftmals Neid. Und lässt völlig überflüssige Konkurrenzthemen auflodern, die eigentlich der Vergangenheit angehören könnten. Dieser offene Umgang mit der eigenen Verletzlichkeit ist deshalb gerade jetzt wirklich wichtig, um noch intensiver zu lieben und um überholte zwischenmenschliche Verhaltensmuster auf ein neues und stabiles Fundament zu heben.

Achtung: Mit Härte oder Überlegenheitsgefühlen könnte sich der Geburtstagsmonat gefühlsmäßig heftig entwickeln. Emotional heilsamer wäre es, dem Partner, der Partnerin und engen FreundInnen gegenüber absolut ehrlich zu sein. Ab dem 23. April setzen sich die Widder-Geborenen jedenfalls am liebsten für all jene ein, mit

denen sie sich tief verbunden fühlen. Dann wechselt der zu ihrem Zeichen gehörige Planet Mars in den Krebs.

Abenteuer Liebe, so könnte die Überschrift für Widder nun lauten. Doch bis dahin punkten sie durch ihre vielseitigen Talente, ihre Leichtigkeit und ihre intensive Leidenschaft, um genau das in Angriff zu nehmen, was ihren Weg kreuzt. Gern in jenen Bereichen, die anders oder noch unbekannt sind. Selbst wenn ein Widder vor Aufgaben gestellt wird, mit denen er noch keinerlei Erfahrung hat – das Ausprobieren lockt, endlich wieder PionierIn sein!

**STIER** (21. April bis 20. Mai) Im April steuern Stiere auf einen Höhepunkt zu. Die Planeten Uranus und Saturn bilden ein Spannungsfeld, die sinnlichen Frühlingszeichen fühlen sich dadurch permanent getriggert – und müssen sich grundsätzliche Fragen stellen: Was hat Bestand, was muss sich erneuern, was gehört der Vergangenheit an? Mit neuer Risikolust gestalten sich Stiere dann ab Mitte des Monats vor allem ihr Liebesleben so, wie es ihnen gefällt.

**ZWILLINGE** (21. Mai bis 21. Juni) Planet Mars heizt den Zwillingen auch im April ein. An Energie mangelt es ihnen also nicht, aber: wohin damit? Zum Beispiel in eine neue Sportart. Oder das neugierige Luftzeichen erweitert seinen Horizont um ein spannen-

des Wissensgebiet und tobt sich darin aus. Ein paar Schlappen im ersten Drittel des Monats stecken Zwilling-Geborene locker weg, zum Monatsende kündigen sich Überraschungen an.

**KREBS** (22. Juni bis 22. Juli) Etwas zögerlich und schneller gereizt als sonst wandern die sensiblen Krebse in den Frühling hinein. Im Gegensatz zu anderen Sternzeichen brauchen sie Nachfühl- statt Nachdenkpausen, damit sie in ihrer Mitte bleiben und die richtigen Schlüsse ziehen. Nach dem Neumond am 12. April lässt der Druck nach, einige Herausforderungen lösen sich von allein auf. Ab der letzten Aprilwoche wissen Krebse dann ganz genau, was sie wollen und mit wem. Und setzen durch, was ihnen gefällt.

**LÖWE** (23. Juli bis 23. August) Zu Monatsbeginn läuft es partnerschaftlich ziemlich rund. Der Löwe fühlt sich im Team am wohlsten und wählt dabei instinktiv die richtigen Teamplayer. Im April ist Geduld angesagt, dann fällt das gemeinsame Arbeiten und Planen leichter. Zur Monatsmitte beschäftigt die Löwen einiges, was eigentlich unter der Rubrik Vergangenheit abgehakt wurde. Sie müssen sich mit ihren Emotionen auseinandersetzen und Dinge verändern. Umso kraftvoller erfahren sie und ihre Liebsten danach gegenseitiges Vertrauen.

**JUNGFRAU** (24. August bis 23. September) Jungfrauen sollten einen Orden bekommen: für ihr stets offenes Ohr und für die Gabe, sich zurückzunehmen, um anderen den Vortritt zu lassen. Dies hält noch bis zum Ostersonntag an. Dann wird es Zeit, auf die innere Stimme zu hören, wieder gut bei sich selbst anzukommen und sich um eigene Anliegen zu kümmern: Geben und Nehmen brauchen die Balance. Mit dem Wechsel der Venus in ein Erdzeichen Mitte April wird die sinnliche Kraft der Jungfrau stimuliert und will gelebt werden. Frühling, mit allem, was dazugehört.

**WAAGE** (24. September bis 23. Oktober) Waagen fühlen sich vom Frühling regelrecht energetisiert. Genau wie die Natur blühen Waage-Menschen nun auf. Alles, was ihnen begegnet, inspiriert sie. Nach dem letzten Jahr und all den Herausforderungen sind diese Luftzeichen nicht mehr bereit, nur um des lieben Friedens willen eigene Lieblingsbeschäftigungen hintanzustellen. Und das wirkt ziemlich anziehend auf andere. Liebes-News: Nach den mühsamen Durststrecken der vergangenen Monate haben Waagen jetzt große Lust auf Flirts. Und genießen diese ausgiebig.

**SKORPION** (24. Oktober bis 22. November) Fahrig und hektischer als sonst starten Skorpione in den April. Die Aufgabenliste wird nicht kürzer, die Motivation dafür finden sie jedoch zeitweise nur schwer. Gut wäre es, sich jeden Tag klar darüber zu werden, dass auch solche Phasen nicht ewig dauern. Und: vieles mit Humor zu nehmen. Partnerschaftlich wächst die Spannung Mitte des Monats ebenfalls. Danach nimmt das gegenseitige Vertrauen wieder zu, und es wird aufregend. Denn die Skorpione erfinden Ende April die Liebe neu, zu sich selbst und zu den Liebsten.

**SCHÜTZE** (23. November bis 21. Dezember) Im April werden die letzten Staubflusen des Winters abgeschüttelt. Die dritten Feuerzeichen des Tierkreises fühlen sich sehr wohl in ihrer Haut, das Energiereservoir ist wieder aufgefüllt. Vorsicht: Schützen werden im April von Tabus magisch angezogen. In der zweiten Monatshälfte spielt die persönliche Freiheit eine wichtige Rolle. Unterwegs zu sein, geistig oder physisch, gibt Schützen das Gefühl von Unabhängigkeit und weckt noch mehr Eroberungslust. Auch für alles Verrückte, Andersartige und Neue.

**STEINBOCK** (22. Dezember bis 20. Januar) Diese Frühlings- und Widerzeit! Steinböcke galoppieren da gern mit, neugierig und etwas suchend. Denn die Frage, was es wirklich will, beschäftigt dieses Sternzeichen immer wieder. Nachdem sich einiges in seinem Leben gewandelt hat und es mit Durchhaltevermögen glänzte, ist der Wunsch nach Nähe und Stabilität groß. Der April kann die sonst eher unterkühlten Steinböcke noch einmal heftig aufwühlen. Bis sie erkennen, dass Gefühle nicht bedrohlich sind. Und die Dinge locker angehen. Dann kommt auch der Spaß.

**WASSERMANN** (21. Januar bis 19. Februar) Wassermann-Menschen fühlen sich endlich unterstützt in allen Dingen, die sie seit Dezember losgetreten haben. Dieses Gefühl gibt ihnen Kraft. Doch Vorsicht: Sie neigen jetzt dazu, sich mit Haut und Haaren einer Sache hinzugeben. Und vernachlässigen dabei emotionale Themen. Das stößt jene vor den Kopf, die seit Wochen an die Tür der Wassermänner klopfen, ohne wahrgenommen zu werden. Damit alles wieder harmonisch wird, sollte sich der Wassermann unbedingt Zeit fürs Miteinander nehmen.

**FISCHE** (20. Februar bis 20. März) Es gibt so vieles, was die Fische in diesem Monat beschäftigt. Die Missverständnisse im März waren nicht zu knapp, und Fische haben jetzt keine Lust mehr auf Unklarheiten. Das ist gut so! Gleich in der ersten Aprilwoche stehen unverblümete Aussprachen und das Beenden jeglicher zwischenmenschlicher Ausweichmanöver auf dem Programm. Und auch mit Schonfristen ist Schluss! In Beziehungen bringt das natürlich einige Steine ins Rollen. Doch es fühlt sich aufregend, neu und irgendwie nach Frühling und Schmetterlingen an.

# We all are SUPREME.

SUPREME ON –  
The Bluetooth Headphones



Der SUPREME ON sieht nicht nur verdammt gut aus, sondern ist unser bisher leistungsstärkster Bluetooth-Kopfhörer. Dank der in Berlin entwickelten Linear-HD-Treiber verwöhnt du deine Ohren über Bluetooth 5.0 aptX™ oder AAC mit präzisen Höhen und starkem Kickbass. Und das bis zu 30 Stunden lang.

[teufel.de/supreme-on](https://teufel.de/supreme-on)

## Teufel

# DER LIEBSTE FEIND

Prominente Be- und Erkenntnisse zur größten Hassliebe

Ich hasse es, mit Gepäck zu verreisen.  
**MANOLO BLAHNIK, MODEDESIGNER**

Für mich ist das zweit-schlimmste Verbrechen der Welt die Lange-weile; das erste ist, ein Langweiler zu sein.

**CECIL BEATON, FOTOGRAF**

Ich hasse es zu verlieren. Egal ob bei einem Rennen oder beim Tischtennis. Ich hasse es einfach!

**LEWIS HAMILTON, RENNFAHRER**

Ich hasse es, über mich selbst zu sprechen.

**KIM KARDASHIAN, MEDIEN-PERSÖNLICHKEIT & UNTERNEHMERIN**

Ehrlich gesagt hasse ich es, Make-up zu tragen.

**KYLIE JENNER, TV-PERSÖNLICHKEIT & KOSMETIKUNTERNEHMERIN**

Ich verwende gar kein Parfum. Und ich mag es auch ganz und gar nicht, wenn zu viele Düfte in der Luft hängen.

**AZZEDINE ALAÏA, MODEDESIGNER**

Für mich ist es das Schlimmste, jemanden untergehen zu sehen.

Ich hasse es, wenn jemand seinen Traum, sein Haus oder seinen Job verliert. Es bricht mir das Herz.

**CLINT EASTWOOD, SCHAUSPIELER**



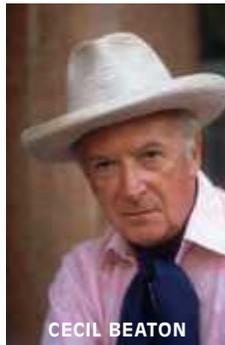
WHITNEY HOUSTON

Ich bin entweder meine beste Freundin oder mein schlimmster Feind. Es gibt nichts dazwischen.

**WHITNEY HOUSTON, SÄNGERIN**

Wenn Sie mit Ihrem Feind Frieden schließen wollen, müssen Sie mit ihm zusammenarbeiten. Dann wird er Ihr Partner.

**NELSON MANDELA, EHEMALIGER PRÄSIDENT VON SÜDAFRIKA**



CECIL BEATON



KAIA GERBER

Ich hasse Kameras! Es ist wie eine Hassliebe. Sie geben mir die Möglichkeit, meine Gefühle zu offenbaren, ohne ein Wort sagen zu müssen. Die Leute sagen immer, ich würde zum Leben erwachen, sobald die Kameras an sind.

**NICKI MINAJ, RAPPERIN**



KIM KARDASHIAN

Zwingen Sie mich bitte nicht, Karaoke zu singen. Ich bin die schlimmste Sängerin!

**KAIA GERBER, MODEL**



TINA TURNER

Ich hasse mich nicht mehr. Früher habe ich meine Arbeit gehasst, das sexy Image, die Bilder von mir auf der Bühne. Ich habe diese große, schlüpfrige Person gehasst. Auf der Bühne spiele ich die Sängerin Tina Turner, sobald ich fertig mit den Songs bin, bin ich wieder einfach Tina.

**TINA TURNER, SÄNGERIN**



AZZEDINE ALAÏA

Ich hasse Bananen! Ich hasse sie einfach. Allerdings finde ich auch, dass ein

Bananenkostüm das lustigste Kostüm ist, das jemand tragen kann.

**PAUL NEILAN, AUTOR**



ZEIT FÜR

Gala



## AUS ALT MACH NEU

Karen Jessen upcycelt Levi's-Pieces zu einem neuen Look

**W**iederverwertet wird derzeit viel in der Mode: allem voran Plastikmüll aus den Ozeanen, aber auch Stoffreste von älteren Kollektionen. Ein noch nie dagewesenes Recyclingprojekt hat Levi's gerade mit einigen europäischen Ausgaben von VOGUE umgesetzt. Jede Redaktion nominierte aus ihrem Land einen Designer, der aus alten Denim-Pieces einen einzigartigen Look kreieren würde. Der deutsche Beitrag stammt von der Berlinerin Karen Jessen (Foto unten).

Jessen ist Expertin auf dem Gebiet der textilen Wiederverwertung. Aus Denim hat sie in der Vergangenheit immer wieder kunstvolle Kleider entwickelt. Ihre Liebe zur Mode fand die Esmod-Absolventin über das Erlernen traditioneller Handwerks-



techniken (ihre Mutter brachte ihr Stricken, Zwirnen, Häkeln und Macramé bei). Für das Projekt mit Levi's und VOGUE hat sie acht Jeansjacken zu einem Outfit umgewandelt. Herausgekommen sind eine Hose, ein Top und ein Fieldjacket. Das Besondere ist, dass Jessen die ursprünglichen Pieces nicht einfach zerschnitten, sondern mühevoll in ihre ursprünglichen Schnittteile zerlegt hat. Bedeutet: Sie konnte nicht einfach so entwerfen, was sie wollte, die Stoffteile haben ihr eine Formensprache und Silhouette vorgegeben. „Zur Arbeit gehören das Auftrennen, Drapieren, aber auch das Ausfransen der Säume“, sagt die Designerin. „Das entspricht dem Prinzip des Upcyclings: die Wertigkeit eines Produkts erhöhen.“

DENNIS BRAATZ



# GUCCI

