



Relax & Discover

NR. 017 SOMMER 2010 EUR 4,80



CHAMPAGNE

PERLENGLÜCK: EXKLUSIV-BESUCH BEI
DER CHAMPAGNER-DYNASTIE TAITTINGER
AUF SCHLOSS MARQUETTERIE.



CAPRI

SUMMERTIME: HOTELPERLEN UND
ROADTRIPS AN DER AMALFIKÜSTE, AUF
MALLORCA UND IN CORNWALL.



FRANKFURT

SPITZENKLASSE: STARJOURNALIST
MICHEL FRIEDMAN ÜBER JAGUAR, KINDER
UND ISRAELS BILDUNGSPower.



CIAO, JUNIOR

WELCOME

Regine Sixt Wir tragen das urbayerische Gen seit bald 100 Jahren in uns!



Liebe Freunde der Sixt-Family,

Go Munich, go Wiesn, go Sixt! Was wäre München ohne die Wiesn? Aber auch wir bekennen stolz: Sixt wäre nicht Sixt, kämen wir nicht aus München. Wir tragen dieses urbayerische Gen seit bald 100 Jahren in unserer Unternehmensgeschichte – bekanntlich startete Sixt 1912 seine Erfolgsgeschichte hier in München. Wir sind uns unserer Wurzeln bewusst. Und gerade deshalb freuen wir uns darauf, in diesem Herbst 200 Jahre Wiesn mitzufeiern. Die Wiesn-Chefin Dr. Gabriele Weishäupl kommt ab Seite 40 ausführlich zu Wort, die dieses größte Volksfest der Welt seit 25 Jahren dirigiert – im wahrsten Sinne des Wortes.

In welcher anderen Stadt befruchten Herkunft und Zukunft einander so sehr wie in München? Laptop und Lederhosen, Dirndl und digitale Welten sind hier kein Widerspruch, sondern tägliche Realität. Mit einem Bein fest in der Tradition verwurzelt, mit dem anderen der Innovation verpflichtet: Genau das ist das Erfolgsrezept von München als auch von Sixt.

Übrigens: In 100 Ländern gibt es mittlerweile nach dem Münchner Vorbild rund 3000 Oktoberfeste. So wurde die Wiesn zum Exportschlager – genauso wie Sixt mittlerweile in über 100 Nationen präsent ist mit über 4000 Stationen.

Ja, die Isarmetropole verleiht Identität. Sie ist weltoffen und traditionsverbunden zugleich. So, wie es Sixt von München aus in die ganze Welt geschafft hat, ergeht es auch vielen anderen Münchnern. Der emigrierte Schriftsteller Oskar Maria Graf etwa trug bis zu seinem Tod 1967 konsequent Lederhosen – mitten in Manhattan. Das teuerste Wiesn-Dirndl kostet übrigens 100.000 Euro, ist aus reiner Wildseide und wurde in 300 Arbeitsstunden mit 150.000 Swarovski-Steinen bestickt. Da denke ich: Dieses Geld ist besser bei der Regine Sixt Kinderhilfe e. V. aufgehoben. Mit meiner traditionellen Damenwiesn unterstütze ich mit meinen 700 Freundinnen auch diesmal wieder Kinder, die nicht auf der Sonnenseite des Lebens stehen. Denn, wer feiert, sollte darüber nicht die Schwächsten und die Kleinsten unserer Gesellschaft vergessen.

Ich beglückwünsche Frau Dr. Gabriele Weishäupl zu Ihrer perfekten Organisation und zu Ihrem 25-jährigen Wiesn-Jubiläum. Besuchen Sie im Münchner Stadtmuseum die Ausstellung 200 Jahre Oktoberfest und bewundern Sie auch meine originalbayerische Tracht, die ich auf einer meiner inzwischen legendären Damenwiesn getragen habe. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen Freude beim Lesen dieses Heftes. Auf geht's zur Wiesn und zum Jubilieren anlässlich des 200. Geburtstags des Münchner Oktoberfestes.

Ihre Regine Sixt

Sonderserie Alfa Romeo MiTo Junior

Beide entspringen einer 100-jährigen Legende. Beide teilen den Mythos: der Alfa Romeo 8C Competizione und der Alfa Romeo MiTo. Die ewige Leidenschaft für ein besonderes, sportliches Design formt jetzt auch die Sonderserie Alfa Romeo MiTo Junior. Sie umfasst ein exklusives sportliches Ausstattungspaket mit 2.400,- Euro Preisvorteil. Zusätzlich ist sie kombinierbar mit dem enjoy-ALFA-ROMEO-TARIF inklusive 4 Jahre Garantie, Mobilität und Wartung. Folgen Sie also einfach Ihrem Herzen.

Ausstattungshighlights Alfa Romeo MiTo Junior: 17" Leichtmetallräder in Titan Grau | Nebelscheinwerfer Sport-Heckstoßfänger | Heckspoiler | Klimaanlage | Leder-Lenkrad, Leder-Schaltknäuf | Sport-Sitzbezüge

Preisvorteil: 2.400,- Euro*

enjoy-ALFA-ROMEO-TARIF

ab 100,- Euro im Monat¹

inkl. 4 Jahre Garantie², Mobilität² und Wartung³



* Gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers für ein gleichartig ausgestattetes Serienmodell.

¹ Ein Finanzierungsangebot der Alfa Romeo Bank für den Alfa Romeo MiTo 1.4 16V (58 kW/78 PS)**: 47 Monatsraten à 100,- Euro; 3,99% eff. Jahreszins; 48 Monate Laufzeit; ab 4.415,43 Euro Anzahlung; ab 6.647,- Euro Schlussrate.

² 2 Jahre Fahrzeuggarantie und 2 Jahre Neuwagen-Anschlussgarantie EXTENSION PREMIUM (inkl. Mobilitätsgarantie) der Fiat Teamsys GmbH für max. 80.000 km gemäß ihren Bedingungen.

³ Gemäß Betriebsanleitung, zzgl. evtl. erforderlichen Materials und zusätzlicher Arbeitsleistungen, jedoch max. 2 Inspektionen. Privatkundenangebot, gültig nur für Bestellungen von nicht bereits zugelassenen Neufahrzeugen Alfa Romeo MiTo 1.4 16V (58 kW/78 PS)** bis 30.09.2010. Nur bei teilnehmenden, autorisierten Alfa Romeo Partnern. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen.

** Kraftstoffverbrauch (l/100 km) nach RL 80/1268/EWG: innerorts 7,7; außerorts 4,8; kombiniert 5,9. CO₂-Emission (g/km): kombiniert 138.



FOTOS: CHRISTINA KÖRTE

**Frisches Styling,
lange Linien,
prägnanter Luxus:**
Der neue Jaguar XJ ist
eine ästhetische
Revolution von oben,
die den Kult ums
elegante Raubtier und
die klassischen
Katzenfans besonders
herausfordert.



HERAUSGEBERIN Regine Sixt
Sixt Marketing, Zugspitzstr. 1, 82049 Pullach
Telefon: +49 (0)89 744 44-4247 · Telefax: +49 (0)89 744 44-843 55 · www.sixt.de

VERLAG Büro Freihafen Verlagsgesellschaft mbH, Zippelhaus 3, 20457 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 37 50-11 13 · Telefax: +49 0(40) 41 91 95 89 · Mail: timpe@bfhh.de · www.bfhh.de

CHEFREDAKTEUR Wolfgang Timpe · ART DIRECTOR Friederike Sattler

MITARBEITER DIESER AUSGABE: Carsten Anhalt, Martha Bitter (Schlussred.),
Gerda Harda Brandt, Matthias Ehegartner, Daniela Erdmann, Arne Flach, Alexander Heimann,
Thomas Klose, Detlef Krehahn, Toma Laurent, Sonja Magnus, Dr. Martin Marianowicz, Pascal Morché,
Annette Rausch, Friederike Sattler, Claudine Sommer, Konstantin Sixt, Angelika Zanggl

FOTOGRAFEN: Erol Gurian, München (www.gurian.de); Christina Körte, Hamburg (www.christinakoerte.de)

ANZEIGEN: Soundbay Communications Ltd. · Wittenbergerstr. 17, 04129 Leipzig
Telefon: +49 (0)341 33 77-600 · Telefax: +49 (0)341 33 77-112 · www.soundbay.co.uk

DRUCK + VERSAND: Mohn media Mohndruck GmbH · Carl-Bertelsmann-Straße 161M, 33311 Gütersloh

REPRO: 4mat Media · Arvato · Kleine Reichenstraße 1 · 20457 Hamburg · Telefon: +49 (0)40 76 79 36-22
Telefax: +49 (0)40 76 79 36-28 · E-Mail: joerg.wesseler@4mat-media.de · www.mohnmedia.de

© GoSixt erscheint in der Büro Freihafen Verlagsgesellschaft mbH. Verleger & Geschäftsführer: Wolfgang Timpe
Zippelhaus 3, 20457 Hamburg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des
Verlags. Alle im Magazin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind rechtlich geschützt. Eine Verbreitung oder Verwertung ohne
Einwilligung des Verlags ist nicht zulässig. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und/oder Bilder wird nicht gehaftet.
Titelfotos: Erol Gurian, Svetlana Chistyakova, Christina Körte



Beim Druck dieses Produkts wurde durch
den innovativen Einsatz der Kraft-Wärme-Kopplung
im Vergleich zum herkömmlichen
Energieeinsatz bis zu 52% weniger CO₂ emittiert.
Dr. Schorb, ifeu, Institut

IN DIESEM HEFT

03 WELCOME Herausgeberin
Regine Sixt über Kooperationen,
Israel und den Sommer 2010.

08 LOUNGE Hadassah-Preis,
e-ventures-Portal und die
Oldtimer-Rallye Mille Miglia.

12 TRAVEL Summertime, Cruise-
time: Hotelperlen auf Capri, an der
Côte d'Azur und in Cornwall.

24 MY WAY Stilhymne und Cruise-
oper: Der neue Jaguar XJ fordert
TV-Star Michel Friedman heraus.

34 STYLE Mann setzt im Sommer
auf mintfarbene Knittereleganz
und rassiges Sportrot – Frau
genießt klassische Black-and-
White-Stile und Strand-Goodies.

40 LIFESTYLE Go Munich, Go
Wiesn! Das Oktoberfest feiert 200.

Jubiläum. Festleiterin Gabriele
Weishäupl über Bier und Balz.

48 MYWAY Journalist und Publizist
Michel Friedman über Kinder-
Glück und Israels Bildungspower.

56 LIVING Wohnen 2010: klare
Kante, poppige Noblesse: Das neue
Design-Spiel mit Naturmaterialien.

60 TECHNICS Schnappatmung:
Einstürzende Flachbilder – die
neuen 3D-Fernseher.

70 FITNESS Dr. Martin Marianowicz
über feige Männer und wirksame
Herzinfarkt-Vorsorge.

52 LIFESTYLE Exklusivbesuch in
der Champagne bei der feinen
Edelbrause-Dynastie Taittinger
auf Schloss „Marquetterie“.

76 ART Die Sommerausstellungen
beflügeln die Sinne – mit Basquiat,
Rauschenberg, Eliasson, Rauch
und Lichtenstein. Rhythm' is it.

80 CULTURE Tablebook-Südafrika,
iBook-Premieren, Hip-Hop-Chan-
sons, Lena-Gigs und Gardot-Jazz.



Michel Friedman: „Regine und Erich
Sixt sind wirkliche Mittelständler, die
mit Mut gegen viel Konkurrenz ein
großartiges Konzept erfolgreich
durchsetzen. Ein sehr emanzipiertes
Paar – von beiden Seiten!“

Maximale Attraktion.



Das attraktive 30 Jahre quattro® Paket.
Jetzt im neuen Audi TT.



30 Jahre quattro® – jetzt wird aus maximaler Traktion maximale Attraktion: mit dem exklusiven 30 Jahre quattro® Ausstattungspaket* für den neuen Audi TT Roadster. Es umfasst Metallic-/Perleffekt-Lackierung, Sitzbezüge in Bicolor-Optik in Leder Feinnappa, Aluminium-Gussräder im 10-Speichen-Design und vieles mehr. Jetzt mit 40 % Preisvorteil – auf Wunsch auch mit Komfortpaket. Mehr dazu bei Ihrem Audi Partner.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 7,2–10,2; außerorts 4,5–5,7; kombiniert 5,5–7,4;
CO₂-Emission in g/km: kombiniert 144–172.

*Erhältlich für viele Audi Modelle mit quattro Antrieb mit 40 % Preisvorteil gegenüber UVP des Herstellers bei Einzelbestellung.

Audi Vorsprung durch Technik 

KLARES SPAR VERSPRECHEN



Formel-1-Pilot Nick Heidfeld:
„Alles, was man sich vorstellen kann, wird möglich sein. Für jeden. Ohne Barrieren.“

Mit dem Verbraucherportal preis24.de starten Tim Heidfeld, Bruder des Formel-1-Rennfahrers Nick Heidfeld, und die Sixt e-ventures ein neues Service-Kapitel im Internet.

Herr Heidfeld, es gibt viele Preis-Vergleich-Portale im Web. Warum nun auch noch preis24.de?

Das Alleinstellungsmerkmal von preis24.de ist das klare Sparversprechen: Vergleichen Sie fünf Verträge, die Sie eh schon haben und sparen Sie so mindestens 200 Euro – sonst bekommen Sie für ein Wochenende einen Sixt-Mietwagen umsonst, zum Beispiel einen C-Klasse-Mercedes. Also: Die Leistungen bleiben gleich, der Preis reduziert sich. Wir bieten das unter www.preis24.de und telefonisch unter 0180/1250000 an. Der Kunde kann mit uns nur gewinnen.

Wie kommt es zum Namen preis24.de?

Wir brauchten einen absoluten Top-Namen, der eine Brücke zu unserem Businessmodell baut, gut einprägsam und möglichst generisch ist. In unserer Marktforschung haben die Kunden deutsche Namen deutlich vor englischen oder vor Phantasienamen präferiert. Preis24.de kam auf Anhieb auf eine ungestützte Erinnerung von 54 Prozent, nachdem die Kunden den Namen nur einmal gehört haben und danach drei Minuten weitere Fragen zu ihrem Online-Nutzungsverhalten beantwortet haben.

Welche Zielgruppe wollen Sie ansprechen?

Die Hauptzielgruppe sind Smart Shopper, die nach Qualität und Preisvorteil streben – wie auch bei Sixt. Bei preis24.de vergleichen

wir erst immer Leistungen und dann den Preis. Das Sparversprechen richtet sich an rund 40 Millionen Haushalte in Deutschland, die durch einen kurzen Produkt- und Preisvergleich auf preis24.de insgesamt acht Milliarden Euro einsparen können, jeder Haushalt rund 200 Euro.

Die Gestaltung und Programmierung verantworten das Softwarehaus Soprado und die Firma Netresearch. Warum?

Deren Kernkompetenz liegt in der Performance-Optimierung, das heißt, dass eine Website mit smarter Hard- und Software-Architektur und schlanker Programmierung innerhalb von einer Sekunde zum Beispiel 4 000 Anfragen ohne Performance-Verlust verarbeiten kann, ohne das man bei steigenden Zugriffen die Hardware linear und kostenintensiv skalieren muss. Unsere Website ist in PHP programmiert. Das ist die am vierthäufigsten eingesetzte Programmiersprache rund um den Globus.



Tim Heidfeld

ist Geschäftsführer von preis24.de. Der 36-jährige Diplom-Investment-analyst verantwortet die Produkte Versicherungen, Strom und Shopping sowie die Geschäftsreiche Marketing, Vertrieb, Finanzen und Legal. Sein Know-how bei internetbasierten Geschäftsmodellen zur Neukundenakquise hat er u. a. bei Scout24, FinanceScout24, Allianz24, kalaydo.de und moneysupermarket.com erfolgreich anwenden können.

Im TV-Spot Euro macht Ihr Bruder und Formel-1-Star Nick Heidfeld den Anchorman. Was verbindet preis24.de mit Motorsport?

Als Rennfahrer holt man auf der Rennstrecke immer alles raus. Man optimiert und spart Sekunden. Zu Hause geht das jetzt auch – eben mit preis24.de. Man holt aus den Verträgen alles raus und spart durch Vergleichen und Wechseln Geld. Erstwechsler sparen leicht, schnell und viel. Ich habe bei dem Wechsel meines Stromanbieters so zum Beispiel über 400 Euro pro Jahr gespart.

Es werden unterschiedliche Produkte wie Versicherungen, Banken, oder Stromanbieter gecheckt. Was macht den Markenkern aus?

Der gemeinsame Nenner ist Glaubwürdigkeit in allen Dimensionen. Hierzu gehört unser klares Sparversprechen, unser Streben, für den Kunden das beste Produkt zum besten Preis zu finden und dem Kunden ein Höchstmaß an Convenience zu ermöglichen. Der Kunde soll durch den Online-Abschluss keine Service-Einbußen hinnehmen.

Sie sind 36 Jahre jung, haben schon im Management oder mit Beratung erfolgreich Webdienste wie Scout24, Allianz24 oder kalaydo.de am Markt platziert. Wohin geht die Reise im Web?

Mit preis24.de bin ich an einer entscheidenden beruflichen Station angekommen. Ich plane meine Zukunft hier. Die Zugehörigkeit zur Sixt e-ventures ermöglicht ein nahezu ideales Set-up, sichert für preis24.de eine solide Finanzierung, wertvollen Know-how-Transfer und ein Netzwerk zu Top-Entscheidungsträgern aus der Wirtschaft. Mit Konstantin Sixt als Beiratsvorsitzenden schätze ich mich glücklich, einen Investor an Bord zu haben, der die Strategie kritisch hinterfragt, nachhaltig für Impulse sorgt und dynamisches Unternehmertum fördert.

Wovon träumt der Diplominvestment-Analyst Tim Heidfeld?

Ich liebe die Côte d'Azur. Hin und wieder erfülle ich mir den Wunsch, günstig nach Nizza zu fliegen, miete dort ein Cabrio, fahre offen an der Küstenstraße nach Bordighera in Italien und esse dann selbstgemachte Spaghetti frutti di mare direkt am Strand. Das ist mein geliebter Traum und ein echter Never-forget-Moment.

Welches war für Sie die wichtigste Erfindung im Internet?

Das Internet, sein Prinzip und seine Offenheit an sich. Das Internet ist das Tor zur Welt und erleichtert unser Leben.

Was prägt das Internet im Jahr 2015? Kommunikation auf allen medialen Endgeräten. Alles ist auf den Nutzer zugeschnitten. Der Nutzer wirkt mit, ist Teil des Ganzen. Alles, was man sich vorstellen kann, wird möglich sein. Für jeden. Ohne Barrieren.

DAS GESPRÄCH FÜHRTE CLAUDINE SOMMER



Website preis24.de:
„Die Leistungen bleiben gleich, der Preis reduziert sich.“

REGINE SIXT ERHÄLT DEN HADASSAH CITIZEN OF THE WORLD AWARD



Prof. Shlomo Mor-Yosef, Generaldirektor des Hadassah Medical Center, und Regine Sixt: „Mit ihrem humanitären Einsatz ist Regine Sixt ein leuchtendes Vorbild an Hingabe und gutem Willen.“

In Anerkennung ihrer Lebensphilosophie und ihres Engagements für das Wohl der Kinder in aller Welt wird Regine Sixt von der Hadassah International Medical Relief Association mit dem „Citizen of the World Award“ ausgezeichnet. Sie ist die erste Deutsche, die diesen Preis erhält und gehört damit zu einem Kreis von Persönlichkeiten wie etwa der Schauspieler Richard Gere (2005), der amtierende Staatspräsident von Israel, Shimon Peres (2000), oder der Sänger Harry Belafonte (1996). Regine Sixt ist Gründerin der Regine Sixt Kinderhilfe e.V. und u.a. auch Vorsitzende des Ehrenkomitees von Hadassah in Deutschland.

Hadassah International ist ein globales Netzwerk von engagierten Frauen und Männern, die das Hadassah Medical Center in Jerusalem unterstützen. Das Medizinische Zentrum erhielt im Jahr 2005 eine Nominierung für den Friedensnobelpreis und ist dafür bekannt, seinen Patienten unabhängig von deren Herkunft, Rasse oder Religion eine umfassende medizinische Versorgung und Betreuung zu gewährleisten. Die Hadassah-Familie glaubt an das Prinzip, dass durch Fortschritt und Zusammenarbeit in der Medizin und Forschung Barrieren in der Politik und Religion überwunden werden können. Mit der Mission, Heilung, Bildung und Forschung zu unterstützen, bildet Hadassah durch die Medizin Brücken zwischen den Völkern und Nationen.

„Mit ihrem humanitären Einsatz ist Regine Sixt ein leuchtendes Vorbild an Hingabe und gutem Willen“, sagt Prof. Shlomo Mor-Yosef, Generaldirektor des Hadassah Medical Center. „Wir bei Hadassah haben uns dazu verpflichtet, allumfassende medizinische Versorgung im Nahen Osten und auf der ganzen Welt zu fördern, und wir sind besonders beeindruckt von ihrem Engagement in Projekten für unsere Kinder und gegen die Armut. Ihre Mitarbeit und Unterstützung ist eine Bereicherung für uns und unsere Mission.“



Bayreuth-Ikone, Opern-Verrückter und Menschen-Fischer: Festival-director Wolfgang Wagner († 2010).

BAYREUTH HAT SEIN HERZ VERLOREN!

Der Tod des Festspielleiters Wolfgang Wagner nimmt der Opernwelt ihr Kraftzentrum.

Am 21. März 2010 ist der Bayreuther Festspielleiter Wolfgang Wagner gestorben. Für den „Spiegel“ endet mit seinem Tod schlicht „eine Epoche“. Er verneigt sich liebevoll vor dem „Opern-Patriarch“ und „Dickschädel“. Wer hätte gedacht, dass der Enkel von Richard Wagner mit seiner konservativen Opernregie-Auffassung und seiner Liebe zu frechen unerschrockenen Wagner-Interpreten wie dem Dirigenten Christian Thielemann oder den Enfant-Terrible-Regisseure Christoph Schlingensiefel zum weltweit respektierten Opernmanagement-Helden, ja am Ende gar zum Popstar aufsteigt. Regine Sixt, die mit Ex-Außenminister Hans-Dietrich Genscher an der Trauerfeier auf Villa Hügel teilnahm: „Bayreuth hat sein Herz verloren. Wir vermissen ein einzigartiges Genie.“



„Er war ein einzigartiges Genie!“ Regine Sixt und Ex-Außenminister Hans-Dietrich Genscher in Bayreuth.

Sixt und die Mille-Miglia-Legende

Europas erfolgreicher Autovermieter hält Rallyeklassiker mit Jaguar und Warsteiner mobil.



Sie ist eine Legende: „Mille Miglia“. Die berühmte Oldtimer-Rallye durch die einzigartige Landschaft Italiens vereint Leidenschaft und Tradition – und fasziniert Autofreunde aus aller Welt. Sixt ist Teil dieser Legende: Der europaweit erfolgreiche Autovermieter hat die Rallye auch im Jahr 2010 als Hauptsponsor unterstützt und den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung gewährleistet. Dabei hat Sixt mit bekannten und leistungsstarken Kooperationspartnern zusammengearbeitet, um Veranstaltern wie Publikum ein besonderes Erlebnis zu ermöglichen. Der Autohersteller Jaguar und die Warsteiner Brauerei ergänzten in diesem Jahr die umfassenden Services von Sixt und leisteten damit einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Rallye. Sixt nutzte exklusiv Fahrzeuge der Marken Jaguar und Land Rover, um die Mitglieder des Organisationskomitees sowie die Rallye-Teilnehmer

sicher und komfortabel zur Rennstrecke und zum Hotel zu transportieren. Darüber hinaus präsentierte Sixt die neuesten Modelle der beiden Marken und rief damit großes Interesse bei den internationalen Autofans hervor.

Die Sixt-Hostessen boten den Zuschauern entlang der Rennstrecke eine wohlthuende Erfrischung vom spannenden Rennbetrieb und verteilten alkoholfreies „Warsteiner fresh“. Zudem erfreuten sie die fachkundigen Besucher in den Sixt-Gästezelten in Rom, Brescia und am Gardasee mit den Produkten der Warsteiner Brauerei. Die „Mille Miglia“ war somit der ideale Event für die Sixt-Kooperationspartner, um sich einem weltweiten Publikum zu präsentieren. Und nicht zuletzt erfreute Sixt alle Besucher mit seiner Klassikerflotte, darunter Mercedes 300 SL Gullwing, Jaguar XK, Porsche 356 Speedster oder VW Standard.

MATTHIAS EHEGARTNER



Cruisen für die Ewigkeit: Oldtimerstar Alfa Romeo 6C 1750 Gran Sport Testa Fissa von 1931; Fahrservice an der Strecke von Sixt und Warsteiner.



Schaulaufen für die Fans und Reporter: Sportmodell Osca MT4-2AD von 1954.

Arbeiten Sie an Orten, an denen Sie noch nie gearbeitet haben.

Mobile Enterprise-Lösungen stellen die Produktivität von Mitarbeitern ortsunabhängig sicher.

We enable mobility.

www.t-systems.de/enable

.....T...Systems.....

LEGERES LIVING

Cornwall, Capri oder Côte d'Azur,
London oder Berlin – gute Designhotels
versprühen den Spirit der Region.
GoSixt flaniert in Herbergen individueller
Klasse. Sommer, Sonne, Lodging.

VON WOLFGANG TIMPE

Literarische Liebeserklärungen
von Virginia Woolf bis Daphne du Maurier:
Grüne Matten ergießen sich ins Meer
an Cornwalls wild-romantischer Nordküste.

FOTO: © STEPHEN AARON REES/SHUTTERSTOCK.COM



Sister-Act mit Debbie, Emma und Rebecca: Die Schwestern managen die Bedruthan-Hotels an den Klippen von Cornwalls Mawgan Bay.

CORNWALL

THE SCARLET

Mehr Meerblick und Rosamunde-Pilcher-Gefühl geht nicht – plus individuelles, aus der Cornwall-Küstenlandschaft heraus entwickeltes Innendesignkonzept. Und dass die Küche einen Michelinsterne trägt, löst alle Festlandurteile über die britische Küche. The Scarlet bietet feinstes Lodging mit Natur pur.

T. +44 1637 86 18 00
www.scarlethotel.co.uk

BEDRUTHAN STEPS

Eine Perle der Öko-Hotellerie – nur einen Steinwurf vom Scarlet entfernt an Cornwalls Mawgan Bay. Nachhaltigkeit prägt nicht nur Energie & Co., sondern auch die engagierte Kinder- und Gästebetreuung. Das Bedruthan Steps, ein perfektes Cross-over-Haus, bietet heiteres Living in Familyatmosphäre.

T. +44 1637 86 05 55
www.bedruthan.com

»Wir glauben an die positiven ethischen Kräfte von Nachhaltigkeit und Businesserfolg.«

Emma Stratton, 43, Managerin vom Bedruthan-Hotel und The Scarlet



Lounge-Terrasse vom Designhotel The Scarlet: „Wir ermöglichen den Gästen die Freude an den einfachen Dingen des Lebens. Die sorgen für schönste Erinnerungen.“

»Wenn bei Capri die rote Sonne
im Meer versinkt,
Und vom Himmel die bleiche Sichel
des Mondes blinkt,
Ziehn die Fischer mit ihren Booten
aufs Meer hinaus ...«

Pas-de-Deux auf dem
J.K.-Place-Capri-Balkon: Der
wahre Bewohner der
Zimmer und Suiten ist das Meer
im Golf von Neapel.

EXKLUSIVE REISEORGANISATION
ART OF TRAVEL
T. +49 (0)89/211 07 60
www.artoftravel.de

FOTOS: © J.K. PLACE CAPRI / MASSIMO LUSTRI / ADRIANO BACCHELLA



Mediterranes großbürgerliches Capri-Flair: weitläufiger
Spa-Pool-Luxus; klassizistisches, blau-weißes Suiten-Styling.

Es gibt Worte, die lösen ein entspanntes Seelenkino aus: Capri. Das 50er-Jahre-Eldorado für gehobene Urlaubssehnsüchte im Golf von Neapel mit Blick auf Italiens schönstes Mittelmeerrelief: die Amalfiküste. Capri, das ewige Sehnsuchtslied geschlagerter Ferienromantik: „Wenn bei Capri die rote Sonne im Meer versinkt, / Und vom Himmel die bleiche Sichel des Mondes blinkt, / Ziehn die Fischer mit ihren Booten aufs Meer hinaus ...“. Jeder kann die eingängige Melodie summen, mehr kollektives Sommergefühl geht nicht. Oder Cornwall. Die harmonisch-rauhe Steilküstenlandschaft mit ihren ewig grünen Matten, die sich über steile Klippen ins Meer ergießen; mit ihren kilometerlangen Stränden, die sich am Atlantik mit aufgewärmten Golfstromklima entlang mäandern; mit ihren feinen viktorianischen Landsitzen in blühenden Gärten, die sich elegisch in die Landschaft schmiegen. „Unser Haus lag auf dem Hügel. Es hatte eine ideale Aussicht über die ganze Bucht hin, bis zum Godrevyer Leuchtturm hinüber. Am Hang des Hügels gab es kleine Rasenflächen, die von dicht blühenden Büschen eingerahmt waren. Man betrat Talland House durch ein großes hölzernes Tor und kam dann rechter Hand zum ‚Lugaus‘. Vom Lugaus-Platz hatte man damals einen ganz freien Ausblick über die Bucht“, schrieb Virginia Woolf 1939 in „Augenblicke“ ihre warmherzigen Erinnerungen an den elterlichen Sommersitz Talland House auf. Die Weite des Horizonts spielt mit der malerischen Idylle am Ufer. Cornwall, Sommerkino im Kopf.

Was die Caprifischer fürs unauslöschbare Urlaubsliedgut sind, ist der angelsächsische Rosamunde-Pilcher-Kitsch fürs poetische Schmökergut unerfüllter Sommerliebesnächte und einer Heilewelt-Harmonie in den Hügeln der südwestlichen Küste des Vereinigten Königreichs. Hier, nahe der wilden Mawgan Bay, betreiben die drei Schwestern Debbie, Emma und Rebecca das Familienhotel Bedruthan Steps und die Stilikone The Scarlet. Was Virginia Woolf 1909 an ihre Schwester



CAPRI

J.K. PLACE CAPRI
Der wahre Bewohner in 20 von 22 Zimmern und Suiten des Fünfsterne-Boutique-hotels J.K. Place Capri ist das Mittelmeer. Wie vollgesogen mit dem Blau und dem Duft des Südens präsentieren sich die individuell

gestalteten Räume im hochwertigen Stilmix unterschiedlicher Kunstepochen und Design- sowie Interieurstile. Alles, was der mobile Kosmopolit für sein tägliches digitales Müsli so braucht – Work-Out, Top-Pool,

High-Speed etc. – wird hier geboten. In diesem modernen Musentempel mit atemberaubenden Blicken auf den Golf von Neapel und die elegische Amalfiküste, werden Sinne wach.
T. +39 081 838 40 01
www.jkcapri.com



Über den Dächern von London:
Rooftop-Bar und Lounge-Terrasse vom
Designer-Tempel Boundary



Hymne an urbane Lebensqualität und künstlerisches
Design: Eames-Suite im modernen, viktorianisch restaurierten
Boundary-Hotel im Galerie- und Szeneviertel Shoreditch.

Vanessa Bell schrieb, ist für das Facility-Selbstverständnis der Managerinnen in Cornwall Programm: „Die einzige Möglichkeit, einen Brief mit Leben zu füllen, besteht darin, sich für andere Menschen zu interessieren.“ Menschen und Natur stehen auf ganz individuelle Weise im Mittelpunkt ihrer Hotellerie.

Während im Bedruthan Steps neben der direkten Lage am Meer der familien- und kinderorientierte Service mit strikter Nachhaltigkeit im Zentrum stehen, setzt das Scarlet, Mitglied in der renommierten Hotelgruppe Design Hotels™, auf ein modernes Konzept mit individuell gestylten Zimmern und Suiten sowie einer Sterneküche. Emma Stratton, 43, mittlere im Sister Act der Hoteliersdamen: „Wir glauben an die positiven ethischen Kräfte von Nachhaltigkeit und Businessserfolg.“ Und sie setzen auf Authentizität. Man kann sich überall zuhause fühlen, wenn die Eigentümer darauf achten, „sich aus der Landschaft heraus einzurichten“. Diese Wohnraumphilosophie des deutschen Zeitungspatriarchen Axel Cäsar Springer († 1985) verweist auf die regionalen kulturellen Wurzeln eines Ortes, an dem sich Menschen niederlassen. Oder, wie man in ganz frühen mobilen Zeiten formulierte: wo Menschen siedeln.

Für Emma Stratton („ich bin wohl von uns dreien die Entspannteste und am wenigsten Machtbewusste“) gilt in Corn-

LONDON

THE BOUNDARY

Das Anfang 2009 eröffnete Sternehaus in Londons Osten überzeugt mit individuell gestalteten 12 Zimmern und 5 Suiten,

die im Stil von jungen britischen Designern wie Eileen Grey oder Designpatriarchen wie Le Corbusier gestaltet und ausgestattet sind. Viele Auszeichnungen

gibt es für die Top-restaurants und den einzigartigen Spot: die Hausdachbar mit Outdoor-Kamin.
T. +44 (0)20 7729 1051
www.theboundary.co.uk

Eintauchen in das Blu des Sommers

Meeresrauschen an der Adriaküste in Dubrovnik

Freunde treffen aus alten und neuen Kindertagen in Disneyland® Paris

Traumschloss für Golfer im Land Fleesensee

Entdecken Sie die Welt der über 200 Radisson Blu Hotels & Resorts.



00800 3333 3333

radissonblu.de/shortbreaks

Radisson **BLU**

HOTELS THAT LOVE TO SAY YES!



Feng-Shui-Oase im brodelnden Kultur-Mekka der deutschen Hauptstadt: Weißes Top-of-the-Town-Penthouse in Berlins echter Mitte am Potsdamer Platz.

BERLIN

THE MANDALA

Manchmal ist es fürs entspannte Hotel-wohnen in einer Metropole wichtig, sie vollkommen zu vergessen. Das Mandala garantiert es. Nirgendwo in der Hauptstadt kann man entspann-

ter im Asia-Ambiente frühstücken, im Ono-Spa auf Hightech-Level Fitness sowie Face- und Body-Harmony pflegen und im Sternrestaurant „Facil“ individuelle Gaumengenüsse feiern. Die persönliche

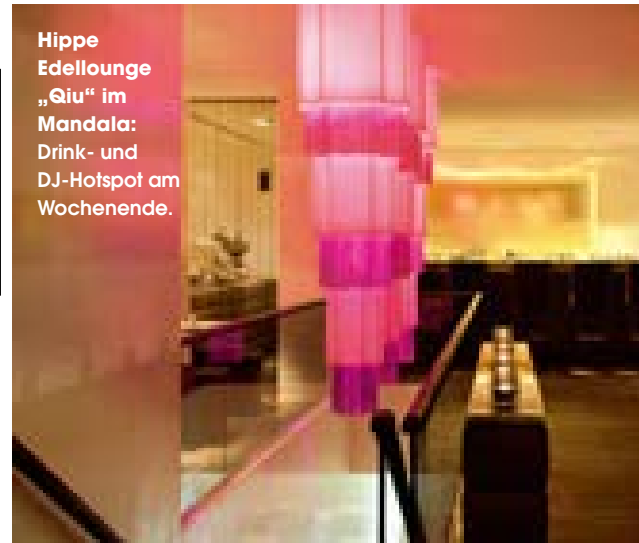
Erholung beginnt mit Understatement. Motto: Wir pflegen Stil und Design, aber sprechen nicht darüber. Großstadt-Homing wird gelebt, nicht ausgestellt.

T. +49 (0)30 59005-0000
www.themandala.de

wall wie überall auf der Welt ein ehernes Machererfolgsrezept: „Wir drei teilen eine gehörige Portion Humor, streben nach Perfektion und haben Spaß an Neuem, an Kreativität.“ Ausgangspunkte, die 1993 den heutigen CEO Claus Sendlinger zur Gründung des Unternehmens Design Hotels™ bewegten. „Wir sind mehr als eine Hotelrepräsentanz. Jedes einzelne Hotel wird handverlesen. Die Philosophie von Design Hotels™ beruht auf einem ganzheitlichen Ansatz: Architektur, Design, Service und Gastronomie müssen sich wie Puzzleteile zu einem stimmigen Gesamtbild fügen. Viele Hotel Eigentümer bei uns kreieren als Lokalpatrioten authentische Erlebnisse mit regionalem Bezug. Das ist das Wegweisende unserer Hotellerie.“ Kein Marketinggeklänge, sondern umgesetzte Hotelidee.

Facettenreiches Styling der jeweiligen Design-Hotel-Häuser verbindet sich mit einzigartigem Lifestyle und persönlich geprägter Führung der Domizile. Etwa das kosmopolitische Art-Hotel Boundary mit seiner einzigartigen Rooftop-Bar in London oder das weitläufige Feng-Shui-Haus The Mandala mit Edelrestaurant „Facil“ in Berlin, oder die Countryside Häuser wie die mittelalterliche Herberge Sextantio Le Grotte della Civita mit seinen klösterlich designten Kemenaten in Süditalien oder das vom Bauhaus-Stil geprägte sachliche Sezz-Hotel in Saint-Tropez.

Ob Côte d'Azur, Cornwall oder Capri, ob London oder Berlin: GoSixt hat Boutique- und Designhotels aufgespürt, die eine einzigartige Atmosphäre zwischen Drinnen und Draußen, zwischen Raum und Natur inszenieren. Sie strahlen eine re-



Hippe Edellounge „Qiu“ im Mandala: Drink- und DJ-Hotspot am Wochenende.

gionale Identität aus, und lassen den kosmopolitischen Gast ganz entspannt bei sich sein. Legeres Living. Tja, mit den Erinnerungsbildern erfüllter Urlaubslandschaften und authentischer Hotelatmosphäre in fremden Gefilden ist es ein wenig wie mit dem Gassenhauer der Fischer von Capri: Kitsch sucht seinen Nistplatz auf der menschlichen Festplatte. Auch deshalb wird man den ewigen Refrain nicht los, der von Generation zu Generation seit den goldenen 50ern an alle Kinder und Enkel weitergegeben wird. Egal, ob man nun in Cornwall oder an der Côte d'Azur, in Berlin oder London, in der Toscana oder an der Amalfiküste Urlaub macht. Die Capri-Fischer sind ins kollektive Urlaubskitschgedächtnis eingebrannt: Denn „... von Boot zu Boot das alte Lied erklingt, / Hör von fern wie es singt: / Bella, bella, bella Marie, / Bleib mir treu, ich komm zurück morgen Früh, / Bella, bella, bella Marie, / Vergiß mich nie.“ Wie sagte doch Scarlet-Inhaberin Emma Stratton so treffend: „Wir ermöglichen den Gästen die Freude an den einfachen Dingen des Lebens. Die sorgen für schönste Erinnerungen.“ Sommer 2010, legeres Lodging.



Unesco-Weltkulturerbe als Herbergen-Zimmer: Mittelalter-Skulptur am Hang der Altstadt von Matera in der Region Basilicata, rund 150 km südlich von Neapel.

ITALIEN

SEXTANTIO LE GROTTA DELLA CIVITA

Es gibt Herbergen, die sind zu recht der Anlass, Europa neu zu entdecken. Das mittelalterliche Basilicata-Dorf Matera, mit der klösterlich-modernen Unterkunft Sextantio Le Grotte della Civita ist so ein magischer Ort. Das hinreißend authentisch restaurierte Haus verströmt keinen süditalienischen Mittelalter-Historismus, sondern eine lebendige Kultur-Interpretation der schwedisch-italienischen Unternehmerin Daniele Kihlgren. Nordisches Understatement in italienischer prächtvoller Einfachheit. Betörende stille Erholung, nein Einkehr. T. +39 (0)835 33 27 44
www.sassidimatera.com



**Strenge Klarheit,
einfache Form:**
Sachliches Interieur
mit Farbakzenten
sorgt für Entspannung.

Saint-Tropez

SEZZ

An einem der schönsten Plätze der Riviera, in Saint-Tropez, wo Kitsch und Trübel so oft wehtun, führt das Designhotel Sezz den Gast zu den

Ursprüngen von Wohlfühlen und klarem Geschmack zurück. Mediterranes Flair fließt durch bodentiefe Fenster in reduziert gestaltete Räume. Leere zum Ankommen,

zum Entfalten eigener Persönlichkeit. Licht, Laune und Lebensfreude kommen von außen, Erholung von innen.
T. +33 (0)6 40 13 11 89
www.hotelsezz.com/fr

Trip-Tipps von Sixt

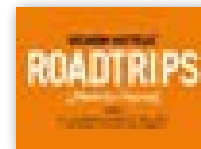
In einer Kooperation haben Sixt, BMW Connected Drive und Design Hotels™ elf Tagesrouten konzipiert, die abseits der üblichen Touristenpfade durch die schönsten Regionen von Deutschland und Österreich führen. Jede Route wurde von einem Mitgliedshotel von Design Hotels™ zusammengestellt und verbindet architektonische, kulturelle und kulinarische Highlights. Die Routen sind in allen BMW Modellen der Sixt-Flotte bereits vorinstalliert. Mit einem einfachen Knopfdruck führt das Navigationssystem den Fahrer auf der ausgewählten Strecke zu den schönsten Höhepunkten der Region. In Berlin startet die Reise im pulsierenden Stadtteil Berlin-Mitte im Design Hotel™ LUX 11. Erster Stopp ist das Bauhaus-Archiv, das sich der bedeutendsten

Schule für Architektur, Design und Kunst im 20. Jahrhundert widmet. Vorbei an den fabelhaften Gärten und Bauten der Pfaueninsel heißt es wenig später Entspannung pur in der Seelodge am Kremmener Luch, die auf 64 Pfählen in einen See gebaut wurde.

Als krönender Abschluss schließlich erwartet Autoliebhaber das Meilenwerk Berlin. Hier werden Auto- und Motorradwerkstätten sowie Shops und Dienstleister, rund um das Thema automobile Begeisterung, in einem denkmalgeschützten Gebäude vereint.

Alle Roadtrips* sind buchbar unter
www.designhotels.com/roadtrips

*Gültig für Ankünfte bis 31. Dezember 2010



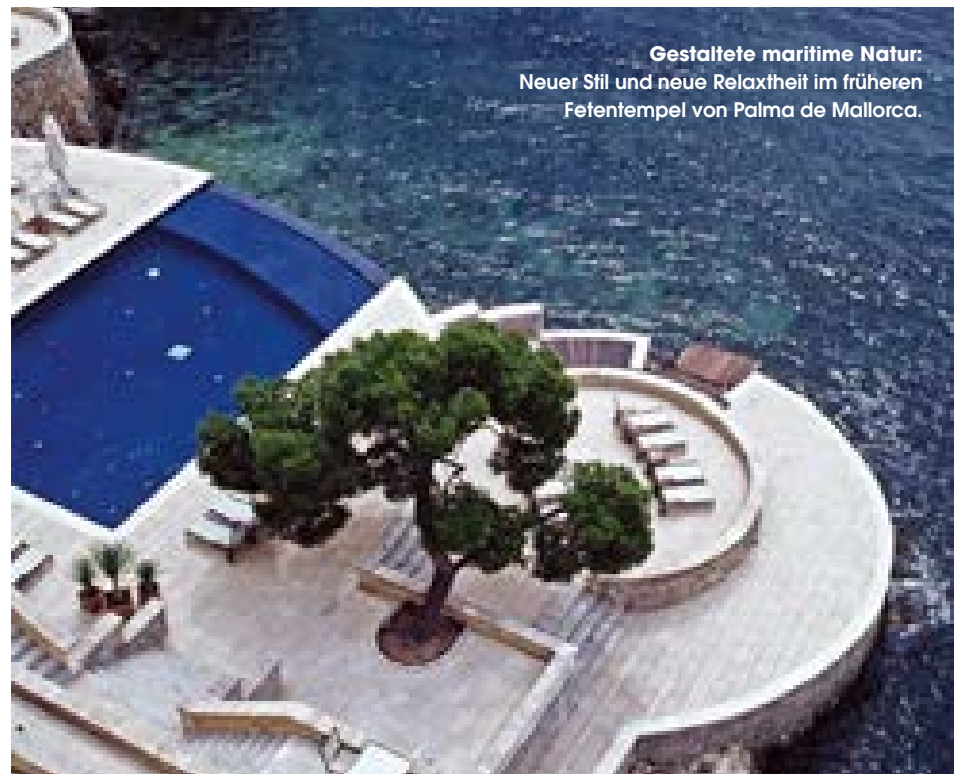
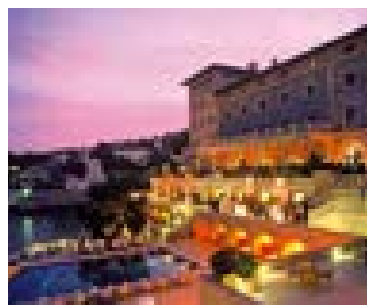
MALLORCA

HOSPES MARICEL

Der Südosten von Mallorca, die hellen Sandsteine von Santanyi, prägen die frische Terrassen-Outdoor-Atmosphäre des Luxusdomizils Hospes Maricel mit Pool und Pinien. Mit der jüngsten Renovierung hat man nach der wilden Partyvergangenheit nun das traditionelle

stilvolle Spanien-Design des klassizistischen Hauses mit seinen Arkaden und Säulen betont. Mit feinem Gespür für Raum und Licht hat der Architekt Xavier Claramunt die Zimmer und Suiten minimalistisch ausgestattet.

T. +34 971 70 77 44
www.hospes.com/es/hotel-mallorca-maricel/



Gestaltete maritime Natur:
Neuer Stil und neue Relaxtheit im früheren Fetentempel von Palma de Mallorca.

FOTOS: © DESIGNHOTELS.COM

Endlich bringt mal einer Spaß
in die Effizienzdiskussion.
6 Gänge. 3 Fahrprofile. Der Sport-Hybrid.

Abbildung zeigt Sonderausstattung.



Der Hybrid ist in der Sportwagenwelt angekommen. Mit 6-Gang-Schaltgetriebe und 3 Fahrprofilen. Der **Normal-Modus** bietet die perfekte Balance zwischen Performance und Verbrauch. Im **Sport-Modus** entfaltet sich das volle Leistungspotenzial. Im **ECON-Modus** stellt das System auf maximale Effizienz um. Egal, wie Sie also unterwegs sind, im neuen CR-Z passen Emotion und Effizienz sehr wohl zusammen. Weil er sie durch intensiven Fahrspaß verbindet. Der neue CR-Z. Ab 21.990 € inkl. MwSt. Unverbindliche Preisempfehlung der Honda Deutschland GmbH. Mehr auf www.honda.de.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts 6,1; außerorts 4,4; kombiniert 5,0. CO₂-Emission in g/km: 117. (Alle Werte gemessen nach 1999/100/EG.)

MAINRIDER

Als Kind stiebitzte er seinen ersten Jaguar, den E Type, als Modellauto auf der IAA. Der Star-Moderator Michel Friedman fuhr den neu designten Jaguar XJ. Für klassische Katzenfans steht der Kult auf dem Prüfstand.

Von Wolfgang Timpe und Christina Körte (Fotos)



Raubtiersprung in die Moderne:
Journalist Michel Friedman und der neue Jaguar XJ posen am Mainufer vor Frankfurts Skyline.

WENN ICH AUFS GASPEDAL TRETE, MERKE
ICH: **DER WILL ANGEBEN.**



**Faszination Licht und
feiner Lifestyle:**
Leuchtende Urbanität
mit Glamour und
Edeldesign im
rollenden Livingroom.



Katzenklasse im Interieur:
Edelste Ledermaterialien,
feinste Verarbeitung,
Hightech-TFT-Display mit
gleichzeitiger individueller
Nutzung von Fahrer und
Beifahrer; nettes Retro-Memo
mit Analoguhr im Cockpit.



Ihr Auftritt, Jaguar XJ:
„Es kann also sein, dass
das neue Design und
dieses außerordentliche
Erinnerungspotential
Jaguar, kombiniert mit
einer hypermodernen
Technik, erfolgreich sind.“

JAGUAR XJ

Die konservative Oberklasse schüttelt sich. Die Jaguar-Offensive gegen Maserati, Mercedes, BMW oder Audi mischt den Markt auf. Die coupéartige Limousine Jaguar XJ kommt in der Dreiliter-V6-Version mit 275 PS und einem Verbrauch von nur 7,5 Litern zwar understatementartig daher, doch der drehfitte Twinturbo-Dieselmotor pusht feurige 600 Newtonmeter auf den Antrieb. Sportliche Rasanzen im 5,12 Meter langen Cruiseflaggschiff. Und? Lahme Luxuskiste? Antwort: Von 0 auf 100 km/h in 6,4 Sekunden.

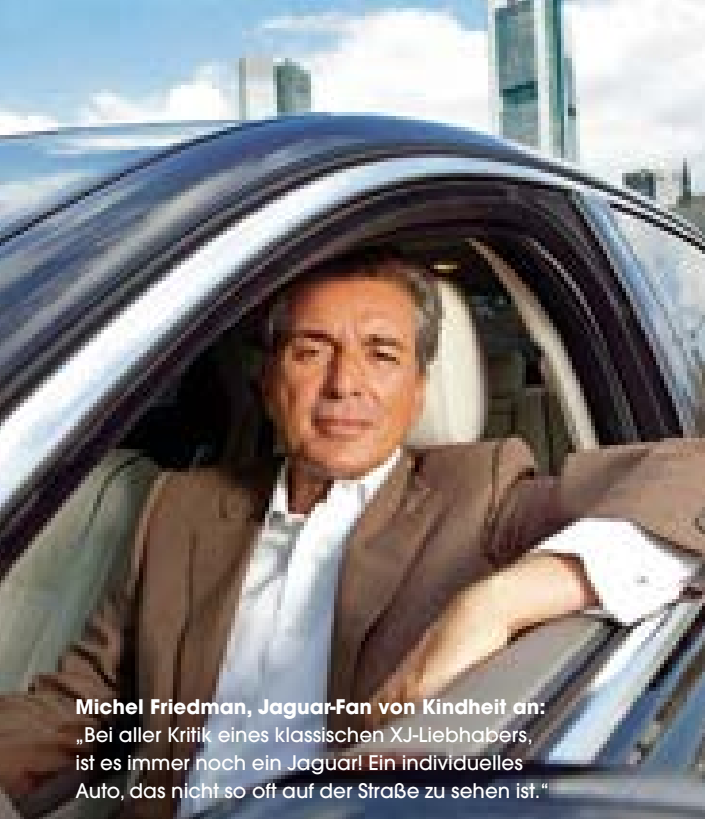


Das war jedem Ingenieur und Insider von Beginn an klar, frisches Styling hin, lange Linienführung und tolles Hightech her: Der vollkommen neu designte Jaguar XJ ist eine gewollte Revolution von oben. Ja, der neue Luxusschlitten ist eine existenzielle Herausforderung an den Kult ums einzigartige Raubtier und an die klassischen Katzenliebhaber. Autodesigner und Vorstände stoßen nicht freiwillig treue Fans vor den Kopf. Doch für Jaguar-Chefdesigner Ian Callum war der Auftrag eindeutig (klarer Bruch mit der ästhetischen Tradition, um neue Zielgruppen anzusprechen) und sachlich auch überhaupt kein Problem: „Modernität ist Teil unserer Tradition, und da der neue XJ das Flaggschiff unserer Flotte ist, muss er den Aufbruch symbolisieren.“ Und für den Hüter des Labels Jaguar, den Markenboss Mike O'Driscoll, gibt's an der eindeutigen Erkenntnis der Katzenmacher keinen Deut zu zweifeln: „Es gibt keine Zukunft im Retro-Stil.“

Da hat O'Driscoll, zumindest im ersten Schritt, erstmal die Rechnung ohne den klassischen XJ-Fan gemacht, in diesem Fall der Journalist und TV-Moderator Michel Friedman („Studio Friedman“, N24). Als er zur Jungfern-Probefahrt für „GoSixt“ startet, ist er schnell irritiert. „Wenn ich aufs Gaspedal trete, merke ich, der will angeben“, betont der Fernsehmo-

derator in einer distinguierten Mischung aus Widerwillen und Überraschung. Mag der unruhige Hansdampf in allen Medingassen doch entspannt mit seiner alten XJ 12 Langversion aus den 90er Jahren und den 300.000 Kilometern auf dem Tacho gerne lässig cruisen. „Ich wollte nie mehr als 160 bis 180 km/h in der Spitze fahren. Wer mit dem XJ schneller gefahren ist, hat Jaguar nicht verstanden. Die, die es eilig haben, sollen sich einen Porsche, Audi oder was auch immer kaufen. Mein alter Jaguar hat eine unschlagbare Gelassenheit. Er verführt sofort zum defensiven Fahren, was ich als sehr angenehm empfinde.“

Beeindruckt den Profitalker und Fan der iPad-Generation denn so gar nicht das Hightech-Ambiente mit virtuellen Tachoinstrumenten (wunderschön farblich designt) oder das innovative TFT-Display mit Navi, Internet und Mediacenter? Während der Driver sich zum Ziel navigieren lässt und nebenbei noch Hotelbuchung und Restaurantreservierung erledigt, zieht sich die Begleiterin vom Beifahrersitz aus zum 20. Mal die Julia-Roberts-Hugh-Grant-Schnulze „Notting Hill“ rein. Duales sehen auf einem Display. Na, nicht ein bisschen fasziniert von der Hightech-Innovation? „Aber wenn das das Außerordentliche ist, was von der Corporate Identity von Jaguar womöglich bleiben sollte, dann kann ich nur sagen: nebbich, unbedeutend.“ Rumms. Da hat ein zunächst heftig enttäuschter XJ-Yeti gesprochen. Und einmal in Fahrt legt er nach: „Bei einer



Michel Friedman, Jaguar-Fan von Kindheit an:

„Bei aller Kritik eines klassischen XJ-Liebhhabers, ist es immer noch ein Jaguar! Ein individuelles Auto, das nicht so oft auf der Straße zu sehen ist.“



MODERNITÄT IST UNSERE TRADITION. **ES GIBT KEINE ZUKUNFT IM RETRO-STIL.**

einzigartigen Marke wie Jaguar geht es grundsätzlich nicht um Details“, tadelt er mit strengem Oberlehrerblick den Reporter, „sondern um ein schlüssiges Gesamtkonzept. Dass ich in einem neuen Jaguar die Modernisierung, die Erleichterung des Fahrens in einer viel komplexer gewordenen Verkehrswelt mit Navigation und all den anderen Up-to-date-Facilities bekomme, erwarte ich einfach von einem Topcar wie Jaguar.“

Uff, die klaren Positionen des langjährigen XJ-Fans Friedman hallen noch ein wenig nach, während sich über das Mainufer und die Skyline von Frankfurt langsam die Dämmerung legt. Jetzt spiegelt sich im blitzenden Chrom der Mittelkonsoleninstrumente das Bleu des abendlichen Sommerhimmels, und mit einer Faszination aus Licht und feinem Lifestyle wird die leuchtende Urbanität mit Glamour und Edeldesign in den rollenden XJ-Living-Room anno 2010 hereingeholt. Doch der XJ-Oldie grummelt immer noch unglücklich und etwas Jaguar heimatlos: „Mir persönlich fehlt bei aller technischen Klasse und Materialwertigkeit die Unique Selling Proposition, der USP, wie es im Marketing so schön heißt. Der hat sich in diesem neuen Jaguar XJ noch versteckt.“ Na, entdecken kann man ja immer, denkt der Berichterstatter so bei sich. Folgt Jaguar mit diesem neuen Modell nicht auch im Guten dem mobilen Zeitgeist? „Das kann ja sein“, blafft der vom neuen XJ mit dem Liebesentzug der Gemütlichkeit bestrafte Michel Friedman, „aber früher hätte ich alles für einen Jaguar in Kauf genommen, außer einem Zweitwagen. Diese Irrationalität verschwindet leider immer mehr.“

Inzwischen cruisen wir vom Platanen gesäumten Mainufer mit seinen frankophilen Gründerzeitvillen wieder lässig zurück nach Downtown Frankfurt. Übrigens: The winner takes it all. „Ich bin nun auch schon ein 54-jähriger älterer Mann, und es mag sein, dass ich nicht mehr zeitgemäß denke“, so Michel Friedman. „Die Frage ist letztendlich: Was will der heutige Konsument im Luxusmarkt? Und wenn Jaguar mit diesem XJ erfolgreich ist, können Sie alles, was ich während der Probefahrt beschrieben habe, in den Papierkorb werfen.“

Na, na, na. „Doch, dann ist es nur Nostalgie eines 54-Jährigen, dem dann Jaguar sagen kann: Such’ dir aus unseren Oldiemo-dellen was aus und bezahl’ dafür viel Geld.“

Beim Mainrider Michel Friedman hat sich die erste Schockstarre offenbar – gegen seinen Willen – ein wenig gelöst. Das hochwertige Nörgeln des XJ-Argonauten wird milder, hoppla, findet sogar Versöhnliches. „Bei aller Kritik“, so Friedman, „eines klassischen XJ-Liebhhabers: Es ist immer noch ein Jaguar! Ein individuelles Auto, das nicht so oft auf der Straße zu sehen ist wie die deutschen Oberklasse-Konkurrenten.“ Werden etwa Offensivgeist und Veränderungslust im Journalisten geweckt? Schließlich sagte er im anderen Zusammenhang: „Wer statisch ist, erstarrt früher oder später. Man kann sich natürlich überlegen, dass man ein Museum werden will, dann ist das Konzept des Erstarrens wunderbar“ (siehe Gespräch S. 53). Genau darauf hatten die Jaguar-Verantwortlichen keinen Bock mehr, hatten doch die Traditionalisten von sanften Faceliftings, die niemand merkte, die Nase voll, und die jüngeren Oberklassenheißsporne fanden Jaguar zu betulich. Zeit für größere Veränderungen. Sie wollen mit dem komplett neu erfundenen Jaguar XJ zu neuen mobilen Oberklasse-Erlebnissen aufbrechen.

Dass ihnen die Hardcore-XJ-Fans folgen könnten, dafür gibt es erste Indizien. Denn die Flucht der klassischen XJ-Liebhaber in fremde Luxusschlitten scheint sich zur Freude der Katzenverantwortlichen in Grenzen zu halten. Klar, Schwund ist nach dem Relaunch einer Marke immer. Aber, dass die erwarteten Absatzbewegungen deutlich zweistellig unter den befürchteten Unzufriedenen liegen, macht die Raubtierkreativen zuversichtlich und lässt sie in den ersten Markt Wochen anhand der Resonanz und der Bestellliste besser schlafen. Sportlicher Luxus hat vielleicht auch in der Oberklassen-Interpretation von Jaguar Zukunft. Und wer sich partout nicht ans Raubtierlabel im neuen langgestreckten Stromlinienpelz gewöhnen mag, der kann ja nach wie vor seinen ollen XJ kutschieren. Wie heißt es doch: Es ist ein freies Land. Hipper oder klassischer Katzenkult im XJ – Hightech-Cruisen oder nostalgische Zweitwagenkultur mit maximal 160 km/h inklusive.



FOLLOW YOUR CONVICTIONS

“ICH MÖCHTE NICHT LEBEN WIE ALLE. ICH MÖCHTE NICHT REDEN WIE ALLE. ICH BIN ICH SELBST.”

Sir Bob Geldof – Musiker, Aktivist, Unternehmer

Sir Bob Geldof ist sich bei allem, was er getan hat, immer treu geblieben – von der Gründung einer Band bis hin zu seiner Erhebung in den Adelsstand. Bei Maurice Lacroix fertigen wir unsere einzigartigen Uhrwerke und preisgekrönten Designs von Hand – weil wir, wie auch Sir Bob, unserer Überzeugung folgen.

Weitere Informationen finden Sie auf www.MauriceLacroix.de

Pontos Chronographe



MAURICE  LACROIX
Manufacture Horlogère Suisse



STYLE

VORM WIND

Sportlich können viele, aber erst Stil prägt. Kleine Farb-Applikationen bei den Seitennähten setzen Akzente. Und die federleichte Baumwolle verheißt sommerliche Frische im Polo vorm Wind. **WWW.BOGNER.COM**



NO LIMIT

Klar, Cartier kann's. Das Eau de Cologne Déclaration mit Honigextrakt regt Leidenschaft und maritime Sinne an. Duft ohne Limit. **WWW.CARTIER.COM**

CAPTAIN'S CROSS

Easy Chic der warmen Tage. Das ausschweifend gebundene Halstuch als Leisure-Krawatte und das Edeleinstecktuch mit mintfarbener Kantenapplikation flaniert auf dem Segel-Boulevard – halt junger Captain's Dress. **WWW.WINDSOR.CH**



RÜCKENWIND

Look back. Im ruppigen Jahrhundertwendestil des 20. Jahrhunderts und mit robusten Orange-Lederapplikationen für Reinhold-Messner-8000er-Besteigung kann man sich auch prima auf See Rückenwind verschaffen. **WWW.HUGOBOSS.COM**



BRISENFEST

Damit bei einer steifen Brise aus dem Matrosen kein Bangebüx wird, schützen den Jungmaritimen elegante Bündchen und windsicheres Weltraummaterial. Feinstes Futter puscht SATC-Stil aufs Wasser. **WWW.GEOX.COM**

MINTWÄRTS - LEICHTE FAHRT VORAUSS

Sail!

Junge Noblesse. Sommerliche Must-haves hören auf H&E: Hals- und Einstecktuch. Keine Outdoor-Vernissage in den Marinas ohne juvenilen Schlabber-Chic im toughen schmalen Sommeranzug mit Leinensneakern. Kein Segel setzen, ohne Landgang einzuplanen. Denn sie wissen, was sie tragen: Zartes Wildleder am Fuß stärkt den Charakter – zu gedeckten Blau-Grau-Tönen. Plus mintfarbenes Halstuch als summer tie. Wagemutige ran: Sakkokrügen hoch! Retro-In. Sail away!



AM WIND

Der Gardasee war mal out, Surfen und Brettmode nie. Aqua-Boxer-shorts mit farblich akzentuiertem Leinen-Seilzug. Maritimes Revival eines Kalssikers. **WWW.PUMA.COM**



LANDGANG

Back to the future. Im Stil der 70er mit kantigen Lederschnürsenkeln und modernem aufgerauten Feinst-Wildleder-Tuch und weißen Up-to-date-Steppnähten. Fußschmeichler. **WWW.MARC-O-POLO.DE**



FOTO: © WALLY.COM

TIEFGANG

Weißissimo. Das sandgestrahlte Graphitgehäuse aus Titan verleiht der Nabucco „Va, Pensiero“ Kraft, Klasse und Eleganz. Chrono-Charisma mit der Single-Aura des metrosexuellen Cityhoppers. **WWW.RAIMOND-WEIL.COM**



ROT, ROT, ROT SIND ALLE MÄNNER-TRÄUME

Sportshow

Alle vier Jahre heißt es: Couchpotatoes und Stadionfans an die WM-Kickerfront und Hymne absingen. In den Zeiten von Südafrika-Hype und Vuvuzela-Trötenlärm kommt es besonders auf den klaren, rot-schwarzen Style an. Ob Adidas, Burberry oder Baldeasarini: Der Look trifft das Tor – und heizt die Atmosphäre cool auf. Goal!

LIBERO

Echte Fußball-WM-Fans vergessen die 70er-Jahre-Mähnen von Mao-Breitner und Ferrari-Netzer nicht. Anhänger feiner Kicker-Eleganz tragen Retro-Shirts!

WWW.CONLEYS.DE

JOKER

Aura, Dynamik, Durchsetzungskraft zeichnen First-Class-Dribbler Marko Marin aus – und für sinnliche Abenteuer mit Zedernholz Ambra hat man das kleine Rot-Schwarze parat.

WWW.BURBERRY.COM

PASS-SPIEL

Nur mit diesem Durchblick gelingt der tödliche Pass.

WWW.BALDESSARINI.COM

STURMSPITZE

Topmomente und Spielanalyse kommen mit Digi-Spiegelreflex, 12 Megapixeln und HD-Video gestochen scharf auf den Punkt.

WWW.PENTAX.DE

STOLLENPARADE

Ein Schelm, wer an Ferrari denkt. Einfach ein cooler F50 – auf dem Weg ins Finale. WWW.ADIDAS.COM

FOTO: © ANZELETTI/ISTOCKPHOTO.COM

Müller Maßhemden - maßgefertigt in Deutschland



Treffen Sie Ihre Wahl aus über 80 echten Stoffmustern.

Bestellen Sie jetzt
Ihr persönliches Katalogexemplar.

Müller Maßmanufaktur
Schneebergstr.1-3 · 95032 Hof
Tel.: 09281-7567-0 · Fax: 09281-7567-50
mail: info@muellermasshemden.de



müller maßmanufaktur

ganz ihre linie

www.muellermasshemden.de

GO STYLE

KÜHLEND
Der Reißverschluss macht die Tasche. Nicht mit Schmink&Co. vollmüllen. Die bleufarbene Applikation und die leichte Form brauchen ihren Auftritt. WWW.LONGCHAMP.COM

AKZENTE UND MODERNE KLASSIKER

Black & White

ERFRISCHEND
Ein Festival für die Füße! Der silberne Lederpumps schmeichelt jedem Fuß und macht ihn frisch für die Clubtour. WWW.HUGOBOSS.COM



Wer sagt denn, dass der Sommer bunt sein muss? In der farbintensiven Jahreszeit setzen Klassiker moderne Akzente. Schwarz und Weiß brillieren gegen grelle Sommerlooks und betonen den braun-samig schimmernden Teint. Perfekte Basics. Also: Mut zur facettenreichen Schlichtheit!

PASSEND

Ob beim Yoga oder im Dance-Club. Helle Ethno-Kette peppt und passt zu jedem Outfit. WWW.BYMALENEBIRGER.COM

SPANNEND

Understatement-Ledergürtel gibt dem Businessoutfit den passenden Halt und betont lässigen Klassizismus. WWW.BOGNER.COM



GLÄNZEND

Auch Sommerhitze darf coole Frau nicht vom Weg abbringen: Schimmernde feine Stoffe, kontrastreicher Blazer-Jeans-Auftritt und klarer Blick reizen die Sinne, versprühen coole Eleganz. WWW.STRENESSE.COM



AIGNER

TOPTON

Marilyn Monroe hätte es gewagt: „Pearl“-blasses Bikini-Top der Boisclair-Linie lässt die Personality strahlen. Bikini is the girls best friend. **WWW.BYMALENEBIRGER.COM**



KLUNKERBLITZ

Petrol- und Aquamarintöne des Sky-Topas' treiben mit edlen Saphirbrillianten feinste Stillblüten aus Weißgold an der Dame von Strand. **WWW.SIBYLLEMOLDAN.COM**



ZEITSPIEL

Die Genfer Uhren-Gralschüter von Raymond Weil gönnen sich eine smarte Verrücktheit: Freelancer Summertime kuren sie ihre jüngste Damenwatch. Zwölf Vollschlifffdiamanten und Alligator-Volllederarmband mit Sattlernahm rahmen die schlichte Eleganz mit Klasse. Kühle Raffinesse. **WWW.RAYMOND-WEIL.COM**



STRANDGUT

Hochwertige Edel-Handtasche aus Lamm-Nappaleder, die ein Stauraumwunder für den Strandtag ist. **WWW.AIGNERMUNICH.COM**

KOMBI-SOMMERFRISCHE

Badenixe

Summertime. Schluss mit dem klassischen Designmantra „Form Follows Function“ – Fun Follows Fun! Der Mix macht den Stil. Sonnige Tage und erhitzte Nächte verlangen ein abwechslungsreiches Outdoor-Accessoire-Styling. Ob Mint-Watch oder Lamm-Nappa-Bag: Vielfalt macht Lust auf Badenix.

FOTO: © EROL GURIAN



Den Adrenalinstoß mit anderen teilen – in HD

Halten Sie alles in 1080p Video fest – sogar unter Wasser. Die neue KODAK PLAYSPOINT Videokamera ist ebenso wagemutig wie Sie selbst. Sie kann unter Wasser bis zu 3 m tief tauchen und jedes Detail in 1080p HD festhalten. Nach Ihrem Abenteuer können Sie die Actionszenen hochladen und mit der Welt teilen. **Der wahre KODAK Moment ist der, den Sie mit anderen teilen.**

- 1080p HD
- Wasserfestes Design
- Elektronische Bildstabilisierung

Kodak
Zeit für ein Lächeln.™

GO MUNICH GO WIESN!

Das größte Volksfest der Welt, das Münchner Oktoberfest feiert dieses Jahr 200. Jubiläum. Dr. Gabriele Weishäupl, Festleiterin und Münchens Touristikchefin, über Brauchtum, Balz und Beschicker.

„Das Oktoberfest ist ein Mythos und ein Identifikationsobjekt für München, Bayern und Deutschland.“

FOTO: TAM/B. ROEMMELT

Feste im Schutz der Frauenkirche:
„München bietet neben Bier, Brauchtum und Tracht hochkarätige Museen und Clubbing-Kultur sowie Naturerlebnisse in der Stadt.“



**Weiß-blauer
Hau-den-Lukas:** Das
Brauchtum vor
dem rücksichtslosen
Kommerz retten.

**„Ich träumte, das Leben sei
Freude. Ich erwachte, und
das Leben war Pflicht.
Ich handelte, und die Pflicht
wurde zur Freude.“**



**Der Herzschlag
der Wiesn:** Im Festzelt
Hippodrom sind die
Besucher mit allen
Sinnen dabei.

Wenn man mit ihr über den weltweiten Exportschlager Oktoberfest spricht, hat man eine junge dynamische Kämpferin für das Original vor sich. Wenn man mit ihr über den Geist der Wiesn spricht, kommt sie auf den Punkt: „Hopfen und Malz erleichtern die Balz“. Ja, ja, die studierte Diplom-Kommunikationswissenschaftlerin und Dr. phil. Gabriele Weishäupl kennt beim Hochamt mit Bier, Krachlederner und Dirndl keine Gnade. Seit 25 Jahren managt die Chefin des Münchner Touristikamts das größte Volksfest der Welt und muss, jedes Jahr neu, von etwa 1400 Bewerbern – Wirte, Schausteller und Marktkaufleute – rund ein Drittel zurückweisen. Die Frau kann beinhart nein sagen – und selbstbewusst ja zur eigenen Karriere. Vor 25 Jahren schlug sie 40 Männer im Kampf ums Touristikspitzenamt in München und versucht bis heute, das Brauchtum sowie den Familien- und Kindergeist der Wiesn vorm rücksichtslosen Kommerz zu retten. „Wir müssen das Fest beschützen.“ GoSixt-Chefredakteur Wolfgang Timpe sprach mit der Herrin der Wiesn über Brauchtum, Balz und Beschicker.

Frau Weishäupl, Sie haben mal mit Blick aufs Anbandeln auf dem Oktoberfest gesagt: „Hopfen und Malz erleichtern die Balz“. Sind denn die Männer wie die Frauen zur Wiesn-Zeit überhaupt bei Sinnen?

Sie sind mit allen Sinnen dabei: der Duft von gebrannten Mandeln, die bunten Lichter des Festes, das süffige Bier, der Klang der Schaustellerorgeln, der Herzschlag der Wiesn.

Die Wiesn feiert dieses Jahr ihr 200. Jubiläum. Was haben Sie und Ihr Team sich Besonderes einfallen lassen?

Das Festkomitee unter Vorsitz des Münchner Oberbürgermeisters organisiert die „Jubiläumsfeier 200 Jahre Oktoberfest“, die vom 17. September bis 4. Oktober besucht werden kann. Auf dem Südtel der Theresienwiese gibt es dann historische Schau- stellungen zu sehen, ein Theaterzelt mit Volksmusik, Kabarett und Lesungen – und ein Velodrom wie anno dazumal. Täglich finden in Erinnerung an den Ursprung des Oktoberfestes im Jahre 1810, die Hochzeit zwischen Therese von Sachsen-Hild- burghausen und Kronprinz Ludwig, Pferderennen statt. Zum gemütlichen Feiern lädt ein historisches Bierzelt mit traditio-

nellen Schmankerln und einem speziellen Jubiläumsbier ein.

Welche Tradition prägt denn für Sie persönlich am stärksten die Tradition der Wiesn?

Leben und leben lassen.

Das Oktoberfest gilt als das größte Volksfest der Welt. Was hat die Wiesn, was andere Volks- oder Schützenfeste nicht haben?

Es ist ein Mythos und ein Identifikationsobjekt für München, Bayern und Deutschland.

Sie gelten als eiserne Hüterin des Brauchtums. Wie können Sie denn den Kommerz eindämmen, ohne den Besuchern den Spaß zu verderben?

Die Regeln sind in den Oktoberfest-Betriebsvorschriften klar vorgegeben, zum Beispiel keine Werbung auf dem Festplatz. Spaß hat man auch ohne diese. Wir müssen das Fest beschützen. Wir wollen nicht, dass rigoros vermarktet wird. Es soll menschlich zugehen.

Seit 25 Jahren sind Sie nicht nur die Tourismusdirektorin von München, sondern als Festleiterin auch ein Vierteljahrhundert im Einsatz von Bier, Krachlederner und Dirndl. Was war Ihr persönlich überraschendstes, beeindruckendstes Erlebnis?

Mein erstes Ehrendirigat beim „Standkonzert“ der Wiesn-Kapellen im Anfangsjahr als Festleiterin hat für mich bleibenden Erinnerungswert. 300 Wiesn-Musiker unter der Bavaria spielten den „Kaiserjäger Marsch“ unter meiner Leitung. Als dann am Schluss des Konzerts die Bayernhymne gespielt wurde und tau-

send bunte Luftballons in den weiß-blauen Himmel flogen, da ging mir in diesem besonderen Moment das Herz auf.

Als Tourismuschefin verantworten Sie einen Werbe- und Marketingetat von über 13 Millionen Euro und erwarten 2010 über sechs Millionen Besucher auf der Wiesn. Was wäre München ohne Gäste?

Eine Suppe ohne Salz. Der gesamte Handel, Gastronomie, Hotellerie, Verkehrsbetriebe, Dienstleistungsbetriebe, Messen, Ausstellungen und alle verwandten Bereiche würden ein wirtschaftliches Desaster erleben. Der touristisch bedingte Umsatz liegt in München bei etwa 6,4 Milliarden Euro im Jahr, mehr als 100 Millionen Gäste besuchen in diesem Zeitraum die bayerische Landeshauptstadt als Übernachtungs- oder Tagesgäste. Dabei halten sich pro Tag 280.000 Personen aus touristischen Gründen bei uns auf. Dreistellige Millionenbeträge fließen in das Steueraufkommen der Stadt und 70.000 Arbeitsplätze – bei Teilzeit bis zu 100.000 Personen – werden durch den Tourismus gesichert. Generell würde vieles vom Charme unserer kosmopolitisch weltoffenen Stadt verschwinden und damit einen bedeutenden Verlust der Lebensqualität mit sich bringen. Aber dies ist ja Gott sei Dank nur ein hypothetisches Szenario.

Der legendäre Slogan „Weltstadt mit Herz“ ist ja nie aus der Mode gekommen. Jetzt haben Sie den Spruch „München ist mehr – Munich Is More“ kreiert. Wen sprechen Sie damit an?

Mein Spruch ist zwar schon 25 Jahre alt, aber immer noch aktuell. Denn nach wie vor wollen wir die ganze Welt ansprechen und nach München einladen. Die bayerische Landeshauptstadt

„Als die Bayernhymne gespielt wurde und tausend bunte Luftballons in den weiß-blauen Himmel flogen, da ging mir das Herz auf.“

GABRIELE WEISHÄUPL

Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin stammt aus einer Landarztfamilie im Bayerischen Wald und hat neben ihrem Diplom noch den Magister Artium gemacht. Die 61-jährige gelernte Journalistin (Volontariat „Passauer Neue Presse“, Ausbildung zur Hörfunkreporterin beim Bayerischen Rundfunk, Lokalreporterin „Bild“ München) schloss während ihrer Tätigkeit als Presse- und Protokoll-

chefin der Messegesellschaft München ihr Studium mit dem Dr. phil. ab. Gabriele Weishäupl hat einen 19-jährigen Sohn. Den Chefposten als Tourismusdirektorin in München eroberte sie gegen 40 männliche Mitbewerber – vor 25 Jahren. Die Macherin erhielt u. a. das Bundesverdienstkreuz, den Bayerischen Verdienstorden und den Ehrenpreis des Tourismusausschusses des Deutschen Bundestages.



Wiesn-Dirigentin Gabriele

Weishäupl: „Ohne Touristen würde viel vom kosmopolitisch weltoffenen Charme verschwinden.“

FOTO: TAM/GEBAHDT

Infos unter sixt.de/rwe-autostrom oder rwe-mobility.com

SIXT
rent a car



Stromauto mieten, ohne dass einen beim Preis der Schlag trifft.

(Karabag 500 E für € 59,-/Tag* unter sixt.de)

*Zzgl. € 0,04/km RWE Autostrom Natur, 48 Std. Vorausbuchungsfrist, max. Anmietdauer 3 Tage, nur an ausgewählten Stationen, keine Einwegmieten.

Wirte, Schausteller und Marktkaufleute müssen sich jedes Jahr neu bewerben: „Wir wollen durch Wettbewerb die Attraktivität des Festes erhalten.“



FOTOS TAMI/B. ROEMMELT / ALFRED MUELLER

bietet neben Bier, Brauchtum und Tracht so vieles, dass sich ein Besuch für Gäste mit den unterschiedlichsten Interessen lohnt: hochkarätige Museen und Ausstellungen, großartige Orchester und Theater, das Erbe der Wittelsbacher mit den Schlössern und Parks, angesagte Clubbing-Kultur, Shopping-Paradiese, Sportmöglichkeiten und Naturerlebnisse mitten in der Stadt. Und nicht zu vergessen die Alpen und das Seenland.

Das Oktoberfest ist eines der bekanntesten Markenzeichen der Welt. Lläuft die Wiesn nicht von alleine?

Seit 1985, als das 175. Wiesn-Jubiläum über sieben Millionen Besucher an zog, wird keine Werbung mehr für das Fest der Feste gemacht. Wir beschränken uns auf Öffentlichkeitsarbeit, die in erster Linie serviceorientiert der Besucherinformation dient. Das Oktoberfest ist natürlich durch seinen weltweiten Bekanntheitsgrad ein touristischer Magnet und Exportartikel par excellence. So ergab eine Umfrage über Akzeptanz und Bekanntheit deutscher Begriffe im Ausland, die im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus im Februar 1999 von der

Agentur Bates weltweit durchgeführt wurde, dass 91 Prozent der Befragten den Begriff „Oktoberfest“ kannten.

Jedes Jahr aufs Neue rangeln die „Beschicker“, die Wirte, Schausteller und Marktkaufleute um einen Platz auf der Theresienwiese. Warum müssen sich alle jedes Jahr neu bewerben? Damit wollen wir durch Wettbewerb die Attraktivität des Festes erhalten.

Wie viele bewerben sich, und wie viele werden genommen? Und wer? Was muss man vorweisen können?

Von den rund 1400 Bewerbern werden etwa zwei Drittel zugelassen, die nach einem strengen Kriterienkatalog ausgewählt wurden.

Sie haben einen männlich anmutenden, geradlinigen beruflichen Aufstieg genommen, vom PR- und Protokoll-Chefin bei der München Messe als Direktorin zum Touristikamt München mit heute über 120 Mitarbeitern. Sind Sie das positive Klischee einer Karrierefrau? Das will ich doch hoffen.

Was braucht man als Frau besonders, um sich in München durchzusetzen? Alles das, was frau in Berlin, Hamburg oder anderswo auch braucht.

Jedes Jahr wieder dirigieren Sie – natürlich im Dirndl! – zur Wiesn-Halbzeit das „Standkonzert“ der Wirte am Fuße der Bavaria. Können Sie Dirndl-Kleider überhaupt noch ertragen? Unter Dirndl-Zwang stehe ich noch nicht. Aber immer öfter freue ich mich auf ein legeres Outfit.

Seit 25 Jahren leiten Sie das Münchner Touristikamt. Wer oder was ist in Ihrem Leben zu kurz gekommen? Trauern Sie Dingen nach, die der Aufstieg verhindert hat? Vielleicht eine Großfamilie auf dem Lande.

Haben Sie ein Lieblingsmotto fürs Leben?

Ja, vom bengalischen Philosophen Rabindranath Tagore: „Ich träumte, das Leben sei Freude. Ich erwachte, und das Leben war Pflicht. Ich handelte, und die Pflicht wurde zur Freude.“

Was rufen Sie zum 200. Wiesn-Jubiläum den GoSixt-Lesern zu? Go Munich, Go Wiesn – It's great!

Theresienwiese bei Nacht:
„Weltweit kennen 91 Prozent den Begriff Oktoberfest.“



Sie haben es gut.



TRAVEL CHARME
Hotels & Resorts

Lust auf Urlaub? Dann haben Sie es gut ...

... und zwar immer in allerbesten Lage. Dafür sorgen der weiße Strand an der Ostsee sowie auf den Inseln Rügen und Usedom, reizvolle Kulturlandschaften in Potsdam und im Harz, der Achensee in Tirol sowie neu ab Sommer 2010 das Travel Charme Resort Grande Baia auf der Insel Sardinien und das Travel Charme Ifen Hotel im Kleinwalsertal. Gönnen Sie sich einfach eine Auszeit: mit 4- bis 5-Sterne-Superior Komfort, beim Strandurlaub, Wandern, Golfen und anschließend Relaxen in unseren PURIA Spa-Welten.

Mehr Informationen, mehr Vorfreude, mehr Urlaub: Telefon: 0 18 05 / 46 44 46* oder unter www.travelcharme.com

*(0,14 €/Min. a. d. dt. Festnetz, max. 0,42 €/Min. a. d. Mobilfunknetz)

Journalist, Anwalt,
TV-Starmoderator und
Affären-Aufarbeiter:
„Ich bin heute sehr viel
glücklicher und kann noch
authentischer sein, weil
ich überhaupt kein Wir
mehr bin. Ich bin nur noch
Michel Friedman.“

.. ICH BIN GERNE ÄSTHET

Klar, gerade, analytisch und kritisch: Journalist und Starmoderator Michel Friedman im Gespräch mit GoSixt über Intelligenz, Lebenslust und, logo, Israel.

VON WOLFGANG TIMPE UND CHRISTINA KÖRTE (FOTOS)

Man muss ein Ignorant sein, um seine Vorliebe für Genuss und geschliffene Worte zu übersehen: Dr. Michel Friedman. Souveräne Eitelkeit trifft beinharten Interviewer. In der Frankfurter Kanzlei des Talk-Fernsehstars („Studio Friedman“) regiert mediterranes Lebensgefühl. Übergroße, schwarz-weiße Fotoabzüge von elegischen Pariser Plätzen flirten mit den unvermeidlichen Gitanes-Filter-Zigaretten; der feine herbe Duft von Chanel's Allure Homme korrespondiert mit dem weichen Porträt einer gezeichneten Schönen auf Wachs; und neben dem kleinen Espresso-Gedeck mit Petit Fours wartet die stylische Armani-Sonnenbrille aufs Outdoor-Vergnügen. Die Arbeitswelt von Dr. jur. Dr. phil Michel Friedman atmet klassischen Stil und pures Leben. Plus: Bücher, Bücher, Bücher – und jede Menge Familienfotos mit seiner Frau, der TV-Moderatorin Bärbel Schäfer, und ihren beiden Söhnen. Familienglück genießt er. Wer zur N24-Sendung „Studio Friedman“ geht, weiß danach, ob er fit im Thema war und im Reinen mit sich selbst und seiner Biografie ist – besonders Politiker. Der unbarmherzige Fragesteller und physische Auf-den-Leib-Rücker Michel Friedman verlangt nicht nur prägnante Klarheit der Gedanken seiner Gäste im Fragestuhl, sondern legt auch an sich selbst hohe Ansprüche an. Als der frühere stellvertretende Vorsitzende des Zentralrats der Juden in Deutschland und Bundesvorstandsmitglied der CDU mit einem Kokain-Skandal ans Licht der Öffentlichkeit gezerzt wird, tritt er umgehend von allen Ämtern zurück. Ein Mann mit Eigenschaften.

Herr Friedman, die deutsche Öffentlichkeit verbindet neben unserer historischen Verantwortung für den Holocaust vor allem drei Schlagworte mit Israel: Kibbuz, Sechstagekrieg und Palästinenser-Konflikt. Was ist für Sie Israel?

Erstens ist Israel die Heimstätte aller Juden. Das bedeutet meine physische Garantie: Wenn irgendwo auf der Welt Menschenverächter, Rassisten oder Antisemiten die Oberhand gewinnen, gibt es ein Land, das mir als Rettungsinsel zur Verfügung steht – anders als vor dem 2. Weltkrieg. Zweitens ist Israel der physische Ort der wichtigsten religiösen Plätze des Judentums und drittens die multikulturellste Gesellschaft der Welt.

In Israel leben Menschen aus knapp hundert Ländern, die werden permanent integriert. Es ist ein dynamischer Status, die Gesellschaft ist ununterbrochen im Fluss. Und es ist viertens eines der wichtigsten Wissenschaftszentren für High-tech- und Pharmatechnologien – jüngst wurde von der israelischen Generikafirma Teva die deutsche Ratiopharm gekauft. Und fast in jedem zweiten Auto auf der Welt stecken Mikrochips aus israelischer Entwicklung drin.

Ferner ist Israel die Gesellschaft, in der pro Person am meisten Bücher und Zeitungen gelesen werden. Das finde ich großartig. Das Judentum ist das Volk des Buches. Und nicht zu vergessen: Man kann in Israel wunderbar Urlaub machen, Sie finden eine sensationelle Küche aus der ganzen Welt vor, und es gibt ein Nightlife, dass ich mir wünsche, nochmal jung zu sein.

Aber Israel hat bei uns kein Urlaubsimage?

Die Zahlen sprechen anderes. Nach den Amerikanern sind die



Outdoor-Kultbühne bei Masada:
Die Deutschen stellen nach den USA die zweitstärkste Besuchergruppe in Israel.

„Für junge Leute geht die Party ab. Nach Barcelona ist Tel Aviv der hippeste Ort, um Urlaub zu machen.“

Deutschen die zweitgrößte Besuchergruppe in Israel, über 150.000 Gäste pro Jahr.

Ist unsere gemeinsame Geschichte der Grund?

Es ist, glaube ich, eine Mischung. Einerseits ist es die Geschichte. Andererseits ist Israel auch das Zentrum der christlichen Religionen. Das Christentum hat in Israel unter anderen mit Nazaret und Jerusalem seine wichtigsten Orte. Und, bitte nicht unterschlagen: Am Ende sind es auch die Orte zwischen Elat, Masada und Tel Aviv, wo für junge Leute die Partys abgehen, wo man einfach ganz entspannt einen Strandtag erleben kann und die Füße baumeln lässt.

Viele Deutsche wissen nicht, dass am Strand und in den Diskotheken von Tel Aviv zum Beispiel Palästinenser und Israelis feiern, tanzen und zusammen Spaß haben.

Ich weiß nicht, welche Generation Sie vor Augen haben, aber für junge Leute ist Tel Aviv nach Barcelona der hippeste Ort, um Urlaub zu machen.

Wie passt das mit dem fortgesetzten Palästinenserkonflikt im Gaza-Streifen oder den Siedlungen auf den Golan-Höhen zusammen?

Im Nahen Osten passt nichts und alles zusammen. Und Israel kristallisiert das noch einmal. Die Widersprüche und Vielfältigkeiten im Staat Israel symbolisieren die Komplexität des Nahen Ostens. Sie haben eine extreme Religiösität – auch im Judentum; sie haben eine extreme Weltoffenheit und die Mischungen von all dem; sie haben eine Gesellschaft, in der Menschen aus der ganzen Welt nach wie vor immer noch ankommen und eine neue Heimat suchen, aber ihre alte Heimat mitbringen. Das heißt, es gibt auch ein Spannungsfeld von Migrationskulturen, die aufeinander prallen. Wenn ich mir überlege, dass Deutschland schon stöhnt und ächzt, wenn wir sieben Prozent Deutsche mit Migrationshintergrund haben, während Israel ein Land permanenter Migration ist.

Bei uns wird Israel oft aggressiv wahrgenommen. Warum?

Das mag ja auch sein. Und es gibt israelische Regierungen, wo auch ich sage: Hallo, das kann ich nicht nachvollziehen, das finde ich nicht gut. Wir haben in Israel die normalen Probleme der westlichen Gesellschaft, von der materialistischen Lebensart bis zu den Exzessen und Tragödien, die damit zu tun

FOTO: © HILGER/LAF

Satzanfänge Michel Friedman

Die mobile iPad-Generation ... ist wunderbar, weil es sie gibt. Die neue Kommunikationstechnik gibt uns Instrumente an die Hand, die wir zu nutzen lernen, und die uns noch mehr ermöglichen, global miteinander in Kontakt zu treten.

Und jeder, der das nicht mag, ist ein alter Sack.

Parteien sind ... eine organisatorische Erscheinung in einer parlamentarischen Demokratie. Kann sein, muss nicht. Demokratie muss sein.

Eine zweite Chance zu bekommen ... ist eine Herausforderung, die jeder Mensch jeden Tag braucht.

Ohne Fernsehen ... kann man hervorragend leben. Ich schaue kein Fernsehen – nur Nach-

richtensendungen. Für Filme gehe ich mit meiner Frau unendlich oft ins Kino.

Den Dr. phil. habe ich dieses Jahr ... aus reiner Lust gemacht.

Champagner ... langweilt mich.

Älter werden ... hat nichts, aber auch gar nichts. Denn das Ende des Älterwerdens ist der Tod.

Frieden heißt ... miteinander streiten zu können; auseinander gehen zu können im Streit; sich wiedertreffen,

um zu streiten. Und das alles, ohne sich zu töten.

Lachen kommt ... von vollem Herzen.

Heimat ist ... dort, wo die Menschen sind, die ich liebe.

Angst ... hat immer Angst zur Folge.

Angela Merkel hat ... grandiose Eigenschaften. Ich halte sie für analytisch und rational, was im politischen Betrieb eine Ausnahme ist. Sie ist das Gegenteil von populistisch, und ich

empfinde sie als eine außerordentlich treue und zuverlässige Freundin.

Urlaub machen ... ist fantastisch. Ich fahre gerne Ski und Wasserski.

Philosophie heißt ... nachdenken und erkennen. Es gibt

keine Wahrheit, sondern nur Wahrnehmungen von Wahrheit.

Zwei Söhne ... sind das größte Geschenk des Lebens. Durch die Geburt und das Aufwachen meiner Kinder habe ich die große Chance zu

erleben, wie es ist, auf diese Welt zu kommen, was daraus wird, wie der Mensch ist. Und da ich zwei Söhne habe, lerne ich, dass das nicht einmalig, sondern zweimal einmalig ist. Jeder Mensch stellt das Wunder der gesamten Welt dar.

Im Fernsehinter-view ... respektiere ich erst einmal absolut die These eines Politikers. Aber die Herausforderung für ihn ist eine stringente Begründung, die rational ist. Und Sein und Schein müssen dann auch stimmen, sonst wird

eben gestritten.

Mein größter Wunsch ... ist, dass die Menschen, die ich liebe, gesund sind und lange leben. Und ich mit ihnen.



„Deutschland kann von Israel lernen, den Fremden mit offenen Armen zu empfangen. Der Fremde bringt was mit und zwingt die schon Anwesenden sich mitzubewegen. Wer statisch ist, erstarrt früher oder später.“

haben. Aber: Wir haben eine Jugend, die mit 18 Jahren einen Militärdienst erlebt – und das seit Gründung des Staates Israel – wo Deutschland erst jetzt in Afghanistan anfängt zu spüren, wie es sein könnte. Trotzdem ist jede Generation in Israel wieder neu sehr zivil eingestellt.

Warum gibt es keinen Frieden im Nahen Osten zwischen Israel und den Palästinensern?

Da schwingt eine Reduzierung des Themas mit. Würde der israelisch-palästinensische Konflikt gelöst sein, hätten wir in Deutschland und der Welt endlich unsere Ruhe. Dass das nicht stimmt, zeigt Afghanistan. Der afghanische Konflikt, die radikal-islamischen Taliban und Al Kaida haben mit dem israelischen Palästinenser-Konflikt nichts zu tun. Das sind radikal-islamische Bewegungen, die innerhalb der islamischen Welt eine Islamisierung der Scharia wollen. Und sie haben natürlich immer zwei ganz böse Repräsentanten des Westens: die USA und Israel. Also: der israelisch-palästinensische Konflikt ist keiner zwischen den beiden Parteien, sondern die arabischen Länder haben ein Interesse daran, dass dieser Konflikt schwelt.

Und die Lösung?

Die Zwei-Staaten-Lösung ist die ultima ratio. Dazu gibt es keine Alternative.

Hilft denn da die israelische Siedlungspolitik?

Nein. Zumal die späteren israelischen Regierungen viel Stress haben werden, wenn es mal soweit ist, weil sie dann wieder zurücksiedeln müssen. Aber Politik denkt selten langfristig – auch in Israel.

Apropos langfristig. Wie schafft es das kleine Land, kleiner als Hessen, seit Jahrzehnten, die große Innovationskraft der Wirtschaft lebendig zu halten?

Intelligenz und Bildung.

Bildung führt nicht automatisch zu Intelligenz.

Nein. Aber sie können aus jedem Menschen ein Maximum seiner Begabungen hervorholen, wenn sie Bildung, Bildung, Bildung herstellen. Und wenn eine Gesellschaft die Sehnsucht hat, dass es der nächsten Generation besser geht als den Eltern, und das haben sie im Judentum und in verfolgten Gruppen immer. Israel hat eine sehr hohe Bildungsdichte und die besten Universitäten der Welt. Die Internationalität kommt den jungen Menschen sehr zu gute, Auslandsstudien sind selbstverständlich. Und mit der Einwanderung aus der ehemaligen Sowjetunion ist eine kulturelle, mathematische und ingenieurtechnische Intelligenzia dazu gekommen. Diese Mischung macht die Erfolgsstory.

Woraus speist sich die enorme Wirtschaftskraft?

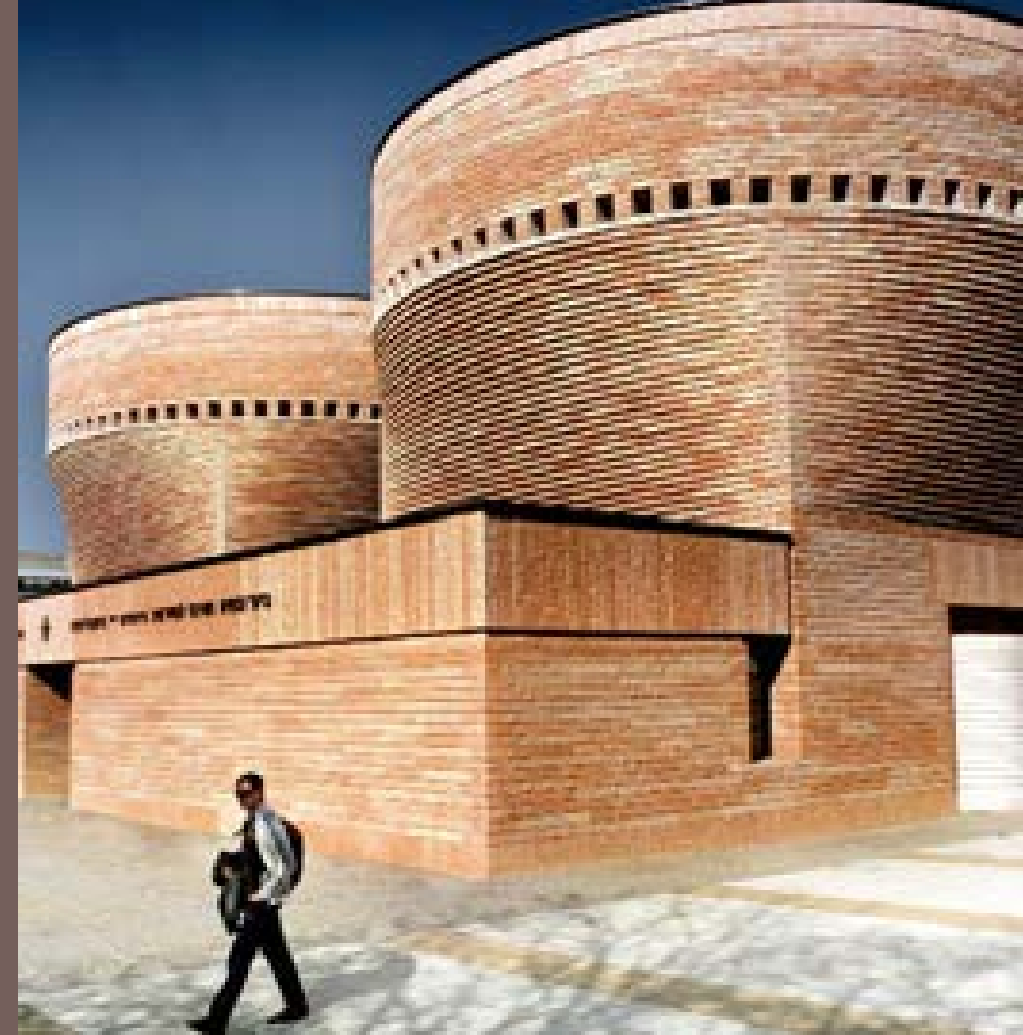
Weil nicht nur für ein Land gilt: Nicht die Quantität zählt, sondern die Qualität.

Was kann denn Deutschland von Israel lernen?

„Länder mit wenig Bodenschätzen wie Israel und Deutschland müssen begreifen, dass wirtschaftliche Zukunft sich auf die Ressourcen der Köpfe reduziert. Das hält viel langfristiger als so manches Ölfeld.“

Universität von Tel Aviv:

„Aus jedem Menschen ein Maximum seiner Begabungen hervorholen.“



Das erste ist, den Fremden mit offenen Armen zu empfangen, statt ihn abzuwehren. Der Fremde der in ein Land kommt, bringt was mit und zwingt die schon Anwesenden sich mitzubewegen. Wer statisch ist, erstarrt früher oder später. Man kann sich natürlich überlegen, dass man ein Museum werden will, dann ist das Konzept des Erstarrens wunderbar. Dann kommen die Anderen vorbei und schauen sich die zementierte Gesellschaft an. Nein, ich bin trotz aller Probleme zu tiefst davon überzeugt, dass Immigration positiv ist.

Das zweite, was ein Migrant lernen muss, ist die Sprache. In Israel bekommt er dafür aber auch Instrumente, eine Infrastruktur, in der diese Ausbildung stattfindet. In Deutschland haben wir die, die zu uns kamen, wie auch ihre Kinder nicht in unsere Sprache gebracht. Wir haben keinen Förderunterricht angeboten.

Und drittens gehört es auch dazu zu sagen: Happy welcome! Jetzt bist du einer von uns. Statt wie in Deutschland, wo ein eingebürgerter Deutscher namens Üzdür noch nach 20 Jahren gefragt wird: Kommen Sie aus der Türkei?

Aber Sprache ist nicht alles?

Aber damit beginnt alles. Und ich wiederhole mich gerne: Bildung! Ich glaube, dass Länder mit wenig Bodenschätzen wie Deutschland und Israel begreifen müssen, dass ihre wirtschaftliche Zukunft sich ausschließlich auf die Ressourcen der Köpfe ihrer Bewohner reduzieren wird. Dass das aber eine unglaubliche Ressource ist, und dass sie viel langfristiger hält als so manches Ölfeld.

Israel investiert fast doppelt so viel in Bildung wie bei uns.

So ist es, weil es so gewollt und gewünscht ist. Und drittens

sollten die Deutschen von Israel die Lebenslust lernen. Ein Land, in dem jede Familie mindestens einen Familienangehörigen im 2. Weltkrieg verloren hat, ein Land, das unter permanenter Bedrohung von Terror, Kriegen und Angriffskriegen steht, und das trotzdem mit einer unglaublichen Lebenslust in den Alltag geht, sollten sich die sehr leicht nörgelnden Deutschen einfach mal antun. Deutschland ist, bei allen Schwierigkeiten, ein so wunderbares Land, dass ich mir wünsche, dass die Menschen fröhlich sind und nicht so oft zu unrecht meckern.

Pflegen Sie Rituale, wenn Sie in Israel ankommen?

Ich mag Rituale nicht. Ich schwenke auch keine Fähnchen in Israel. Wenn ich ankomme, gehe ich zum Meer und genieße die Wärme und das Licht der Sonne.

Im Jahr 2003 sind Sie nach Ihrem Kokain-Skandal von allen öffentlichen Ämtern, unter anderen als stellvertretender Vorsitzender des Zentralrats der Juden in Deutschland zurückgetreten. Wie sehen Sie diese Krise von heute aus?

Ich habe gelernt, warum ich in dieses Fehlverhalten geraten bin. Für die Öffentlichkeit ist es wichtig, sich auf das Fehlverhalten zu stürzen, für den Menschen ist es wichtig zu überlegen, wie kam es dazu. Und wenn man prominent ist, nimmt einen die Auseinandersetzung mit der Öffentlichkeit Kraft weg, sich mit sich selbst auseinanderzusetzen. Da verwischen Gefühlswelten. Scham, Angst, Trauer, Wut, all das, was dann nach innen passiert, muss man auch öffentlich verarbeiten. Deshalb habe ich mich komplett zurückgezogen. Auch, weil ich immer gesagt habe: Wer Fehler macht, muss Konsequenzen ziehen. Also habe ich mich wieder ganz unten an der



Der Staat Israel, am 14. Mai 1948 gegründet. Im Sechstagekrieg von 1967 eroberte Israel den Gazastreifen und das Westjordanland – und besetzte die Golanhöhen.

Michel Friedmann

ist Journalist, TV-Moderator, Dr. jur. Dr. phil. und lebt in Frankfurt/Main. Seine Eltern und die Großmutter wurden durch Schindlers Liste im Lager Auschwitz-Birkenau gerettet. Friedman (54) wuchs in Paris auf und zog mit seinen Eltern 1965 nach Frankfurt/Main, wo die ein Pelzgeschäft eröffneten. Sein Bruder lebt in Israel. Seit 2004 ist er mit der

TV-Moderatorin Bärbel Schäfer verheiratet; die beiden haben zwei Söhne. Friedman gilt als Erfinder des offensiven Interviewstils. Nach einer Kokainaffäre trat der frühere stellv. Vorsitzende des Zentralrats der Juden in Deutschland 2003 von allen öffentlichen Ämtern zurück. Heute moderiert er u. a. das Talkformat „Studio Friedman“ auf N24.

Leiter angestellt und wieder neu um Vertrauen geworben. Das hat auch was mit Glaubwürdigkeit zu tun.

Das ist nun sieben Jahre her. Was ist anders? In diesen sieben Jahren habe ich mir das schönste Leben schenken dürfen, viel schöner als das, was ich vorher hatte. Arbeit ist nicht mehr erste Priorität, sondern die Familie, meine Kinder. Ich bin viel glücklicher als früher. Und ich kann noch authentischer sein, weil ich überhaupt kein Wir mehr bin. Ich bin nur noch Michel Friedman.

Sie teilen ordentlich aus. Können Sie auch einstecken? Natürlich. Nichts ist paralysierender als das Klebrige des sich anwanzenden Opportunisten.

Sind Sie mit Ihrem offensiven Fragestil eine „Rampensau“, und ist das Rotlicht der TV-Kamera für Sie eine Droge? Nein! Ich bin keine Rampensau, ich bin Journalist. Mein Beruf hat damit zu tun, dass ich vor der Kamera stehe. Das ist mein Job. Ich mache nur Sendungen und gehe nur in Sendungen, in denen es um Themen geht, nicht um Boulevard.

Sind Fernsehjournalisten eitler als schreibende Kollegen? Ganz und gar nicht. Eitel sein ist etwas Wichtiges. Und warum denn auch nicht? Wir sind Menschen. Warum haben Sie sich heute so angezogen, wie Sie angezogen sind? Sie wollten, ob erfolgreich oder nicht, angenehm aussehen. Auch Sie sind Narzist und Mensch. Das zu unterdrücken, halte ich für verlogene Heuchelei, die dazu führt, wenn man es bei sich selbst unterdrückt, anderen dann auch nicht mal mehr gönnt. Ja, ich bin gerne Ästhet, auch eitel. Ja! Mir sind eitle Menschen, die wissen, dass sie es sind, lieber, als eitle Menschen, die es auch wissen, aber deswegen zum Psychiater müssen.

Sie sind erklärter Feind bürgerlicher Doppelmoral ... ich bin nicht gegen bürgerliche Doppelmoral, sondern gegen Doppelmoral. Sie ist ein Unterschied zwischen Sein und Schein, ein Unterschied zwischen meiner inneren Überzeugung, der ich nicht folge, wenn sie in Konflikt mit einer äußeren tritt. Es hat etwas mit Authentizität zu tun. Ich kann nur allen – vor allem jungen – Menschen raten: „Folge Dir und nicht anderen.“ Ich erwarte zum Beispiel von meinen Mitarbeitern, und damit auch von mir selbst, dass sie mir nicht nach dem Maul reden. Wenn sie mir nach dem Mund sprechen, komme ich nicht voran, weil ich meine Fehler nicht durch sie korrigieren ließe – und umgekehrt. Ich finde es mutig, in Doppelmoral zu leben. Das ist Dauerschmerz.



Südostasien & China

17-tägige Kreuzfahrt auf der Diamond Princess

Mit deutschsprachiger Betreuung an Bord



DIAMOND PRINCESS

Stellen Sie sich vor, Sie werden in einem Luxus-Resort verwöhnt und wachen jeden Morgen in einem neuen Ziel auf.

Genau das erwartet Sie bei einer Kreuzfahrt mit Princess Cruises.

Unsere Prinzessinnen verfügen über alle Vorzüge, die Sie von einem Urlaub an Land kennen – darunter Sport & Wellness, exzellente Restaurants und aufregende Theater & Bars.Deck, Disco, Golf Simulator, Golf Putting Course, Internet Café, Movies Under the Stars

SÜDOSTASIEN & CHINA

17 Tage | Diamond Princess
Kreuzfahrt von Peking nach Singapur

ABFAHRTSTERMINE

04. Oktober 2010 · 03.* 19. November 2010
03., 19.* März 2011 · 04., 20.* April 2011

REISEVERLAUF

Tag	Hafen	Ankunft	Abfahrt
1	Xingang (Peking), China, Einschiffen		Nachmittag
2	Auf See (Gelbes Meer)		
3	Busan, Südkorea	12:00	20:00
4	Nagasaki, Japan	07:00	18:00
5	Auf See (Ostchinesisches Meer)		
6	Shanghai, China	07:00	18:00
7	Auf See (Ostchinesisches Meer)		
8	Auf See (Südchinesisches Meer)		
9	Hongkong, China	08:00	18:00
10	Auf See (Südchinesisches Meer)		
11	Nha Trang, Vietnam	08:00	17:00
12	Phu My (Ho Chi Minh Stadt), Vietnam	07:00	17:30
13	Auf See (Golf von Thailand)		
14	Laem Chabang (Bangkok), Thailand	07:00	19:00
15	Ko Samui, Thailand	08:00	17:00
16	Auf See (Südchinesisches Meer)		
17	Singapur, Ausschiffen		Vormittag

Fragen Sie auch nach weiteren aktuellen Highlights rund um die Welt:

Alaska · Asien & Afrika
Australien · Europa
Kanada & Neuengland
Karibik · Mexikanische Riviera · Panamakanal
Polynesien
Südamerika
Weltreisen

GRATIS

100,- USD Bordguthaben pro Kabine!
Bitte Buchungscode „SIXT“ bei Reservierung mit angeben.

PREISE:

Innenkabine ab 1.737,- EUR pro Person

Außenkabine ab 1.914,- EUR pro Person

Balkonkabine ab 2.340,- EUR pro Person

Anreisepaket inkl. Flug mit Lufthansa und Transfers ab 1.127,- EUR pro Person.

Mehr Informationen unter: www.princesscruises.de



LIVING

Hipper Art-Deco-Stil:
Die Oberflächen vom
Edra-Sideboard
„Scrigno“ präsentieren
reflektierende
Acrylspiegelsplitter.



**Archetypen des
Laissez-faire:** Die plakativ
gesteppte Sofalandschaft
„Bend“ und der Kinder-
sessel „Piccola Papilio“ –
von B&B Italia – sind
von Geburt an Klassiker
der Moderne.



Die Mailänder Möbelschau
2010 zeigte lebensnahe Visionen:
Das Indoor-Living der Zukunft
trägt natürliche Vielfalt.

Legere Avantgarde



**Hüttenmagie mit
Natur-faser:** Die
Edra-Regalsäule
„Cabana“ von den
brasilianischen
Designer-Brüdern
Campana zaubert
Raffiabast-Schnüre
in Wohnland-
schaften.

Ich arbeite leidenschaftlich gern mit meinen Händen. Es ist meine Passion für Skulpturen und für Materialien. Es wäre falsch, wenn ich einen Computer benutzen würde.“ Und der brasilianische Designer Humberto Campana bekennt sich anlässlich einer Werkschau im Vitra-Museum Weil am Rhein zu seiner Herkunft: „Wir mischen Kulturen. Das ist Teil unseres Lebens in Brasilien. Man muss lokal denken, um global sprechen zu können.“ Die Wohnobjekte der Brüder Humberto und Fernando Campana bilden ästhetische Highlights in internationalen Showrooms und sind zugleich gestalteter Zeitgeist im Möbeldesign: die Versöhnung zwischen Natur und Living, zwischen Material und Serienproduktion. So sorgte das Edra-Regal „Cabana“ der Campana-Brüder auf der diesjährigen Mailänder Möbelmesse für Furore. Die lässige Selbstverständlichkeit, mit der die Raffiabast-Schnüre fünf Aluminium-Regalbretter tarnen und ethnischen Hüttenzauber in Wohnlandschaften zaubern, ist Kult. Zukunft trägt Natur. Wo die Kreationen der Campana-Brüder natürliche Originalität und Würde ausstrahlen, überrascht ihr japanischer Designerkollege Naoto Fukasawa immer wieder

FOTOS: EDRA.COM, BEBIAU.IT

NH Dresden Altmarkt

in unmittelbarer Nähe von Frauenkirche,
Zwinger und Semperoper

240 Zimmer (11 Suiten)
Restaurant · Bar · Smokers Lounge
Wellness mit Dachterrasse
9 Konferenzräume

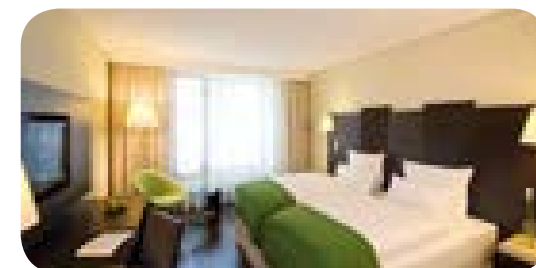


Neueröffnung August 2010

Information und Reservierung
☎ 0351 501 550

An der Kreuzkirche 2 · 01067 Dresden
Fax 0351 50 155 100
nhdresdenaltmarkt@nh-hotels.com

www.nh-hotels.de





Tanzende Kontraste: Die Decken-Lichtskulptur „Noon 12“ von Zeitraum erleuchtet die Mitte – und Räume.



Elegantes Casual: Das zweisitzige Lounge-Möbel aus der Sofaserie „Suita“ von Vitra.



Theater-Chair à la Veneziana: Sitzmaske „Nemo“ von Fabio Novembre für Driade.

mit seiner leidenschaftlichen Klarheit zu runden Formen und klarer Linienführung. Sie machen seine Möbel schon von Geburt an zu Klassikern der Moderne – wie seine Kindersessel „Piccola Papilio“ für B&B Italia. Stil weitet früh den Horizont kleiner Charaktere und schult ihr Geschmacks- und Formempfinden – durch Sitzen. Wohnen braucht Kultur. Der Kuschel-Rückzug in Philippe-Starck-Kissenlandschaften vergangener Krisenzeiten ist out. Plakative Lebenslust begleitet offenbar den zarten wirtschaftlichen Aufschwung im Living-Kosmos. Ob nun die Casual-Sofas der Linie „Suita“ von Vitra, die theatralischen Sitzmasken „Nemo“ von Driade oder die tanzenden Deckenlicht-Skulpturen wie etwa „Noon 12“ von Zeitraum: Die Erfolgsmöbel von Mailand 2010 bekennen sich wieder stärker zur Individualität und animieren ihre Besitzer zu mutigen Stellungnahmen: Ich falle auf, also bin ich. Wohnen als

schöne Form der Selbstverwirklichung.

Für den brasilianischen Designer Humberto Campana müssen eigenen Worten vorher Taten folgen: „Der handwerkliche Aspekt bringt auch Menschlichkeit ins Design. Er ist ökologisch, hat einen Human touch.“ Das Starmöbel der diesjährigen Schau in Mailand, das Ethno-Regal „Cabana“ von Edra, hält sich an die Vorgaben seiner Schöpfer, der Brüder Campana: wohnliche Natur und regionale Authentizität, die in Serie für viele produziert werden kann. Humberto Campana: „Wir nennen das ‚hand-made-high-tech‘, das Konstruieren von Hightech mit Händen.“ Wie die Hütten-Regale der beiden: Sie verbinden Natur und Wohnen zu individuellen, ethnischen Living-Unikaten, zu einer legeren Avantgarde. MARTHA BITTER



Grüne Hymnen an die runde Form: Italiens Topdesigner wie Prospero Rasulo oder Carlo Contin gestalten Indoor-Natur – auf der Mailänder Möbelschau 2010 in der Villa Necchi.

FOTOS: LUCA FREGOSO; ZEITRAUM; SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE



Originale wie Walter Röhrl setzen auf die Original Cabrio Jacke. Handgefertigt mit integriertem Windschott. Made in Germany. www.heinzbauer.com +49 (0) 71 21 62 06 26

HB
HEINZBAUER
MANUFAKT



TECHNICS

**FÄHRST DU NOCH,
ODER STÜRZT
DU SCHON:** Das
3D-LED-TV, wie
Samsung es sieht.

Drei Dinge braucht der 3D-Seher: 3D-Flachbildschirm, „Shutter-Brille“ und 3D-fähigen DVD-Player. Hollywood will dieses Jahr noch bis zu 40 3D-Kinofilme starten. Die 3D-DVDs folgen 2011.

SCHNAPPATMUNG



**GUCKST DU
NOCH, ODER
BEAMST DU DICH
SCHON:** 3D-TV-
„Shutter-Brille“
Cinemizer Plus von
Carl Zeiss.

**SENDEST DU NOCH, ODER
BLUERAY-ST DU SCHON:** 3D-Blu-ray-
DVD-Player DVP-SR600H von Sony.

Guckst du flach, siehst du nicht fern – erzählen die neuen dreidimensionalen Marketingmovies der Fernsehhersteller. Nachdem die Fußball-WM Millionen Kickerfans zu Liebhabern messerscharfer Pixelbilder, zu Full-HD-Anhängern gemacht hat, wollen die asiatischen Fernsehvorreiter wie Samsung, Sony oder Panasonic die nächste Reizrakete zünden: das 3D-Fernsehen im Heimkino-Salon, die dritte Dimension des bunten Guckkastens. Ob

sich das kollektive 3D-„Shutter-Brillen“-Gefühl aus den Cinemaxx- und Multiplex-Kinos auch zuhause ohne Riesentisch Popcorn und ohne ängstliche, schnappatmige Nachbarn im Cinemascope-Saal einstellt, müssen das Leben und der Markt zeigen. Die Technik ermöglicht dank der 3D-Full-HD-Fernseher beeindruckende Bilder und dank der digitalen Aufnahme- und Produktionstechnik auch geringere Herstellungskosten. Das Film- und Liveübertragungsangebot (wie beim Tennisturnier



Onlinekriminelle verursachen Schäden in Milliardenhöhe. Laut BKA ist der Gesamtschaden 2009 im Vergleich zum Vorjahr um 56 Prozent auf elf Millionen Euro gestiegen. Norton Internet Security bietet leistungsstarken Schutz gegen Spionageprogramme und bösartige Bedrohungen wie Viren oder Bots. Hol' Dir jetzt Norton 2010 – es ist an der Zeit zu reagieren.

Es geht nicht um Deinen Computer. Es geht um Dich.

www.norton.de

Norton
from symantec



PLASTISCHE SCHMETTERLINGE IM TV-BAUCH:
Der Samsung 3D-LED-Fernseher UE55C8790.

auf Roland Garros in Paris von Panasonic) dürfte stetig wachsen. Um die Heimkino-TV-Zuschauer dazu zu bringen, sich in ihrer heimeligen Wohnlandschaft die 3D-Brille aufzusetzen, muss neben der Attraktion, die Tiefe des Raumes zu erleben, noch mehr kommen – am besten spektakuläre 3D-DVDs und -Sportevents. Folgt der Mensch der Technik?

Und ob man nun 3D-LED-, 3D-Plasma oder 3D-LCD-Fan von Samsung, Panasonic oder Sony ist: Was hat 3D, was das 2D-Heimkino nicht hat? Realistischere, dramatisierte Effekte! Ein Abgrund ist ein gefühlter Abgrund und kein vorgestellter, die dritte Dimension schenkt dem TV-Erleben neue Gefühlserlebnisse. Ich schreie vor Schrecken, also stürze ich – realistischer. Der Bildschirm saugt seinen 3D-Seher auf. Wie funktioniert's? Von Natur aus erzeugen unser linkes und rechtes Auge zwei voneinander

unabhängige Bilder, die mit einem leicht voneinander abweichenden Bildwinkel erzeugt werden. Bis zu 60 Mal pro Sekunde wird auf dem Gerät zwischen den beiden Ansichten umgeschaltet, und in genau demselben Rhythmus dunkelt eine Spezialbrille, die über ein Infrarot-Modul gesteuert wird, abwechselnd das eine oder das andere Auge ab. Das passiert so schnell, dass das menschliche Auge dieses Umschalten nicht mehr wahrnimmt, und unser Gehirn aus diesen leicht versetzten Halbbildern ein echtes dreidimensionales Fernsehbild konstruiert. Und in Full-HD-Zeiten eben ohne jede Auflösungsgrissel, Bewegungsunschärfen oder Farbverzerrungen – halt voll High Definition.

Mal unabhängig davon, ob sich die dritte Dimension im Heimkino-Fernsehen durchsetzen wird: Wer Hightech-Spiele, Sport-Events oder Kinohits wie den James-Cameron-Kultfilm „Avatar“ oder das Disney-Spektakel „Alice im Wunderland“ ab kommenden Jahr im 3D-Heimkino erleben will, muss in jedem Fall in die Tasche greifen. Denn drei Dinge braucht der dreidimensionale TV-Seher: 3D-Flachbildschirm mit Full HD, Shutter-Brille und einen 3D-fähigen DVD-Player. Und eins steht trotz vieler Fragezeichen qualitativ schon heute fest: Guckst du dreidimensional, siehst du fern. ARNE FLACH

www.samsung.de/3D

Modell: Samsung 3D LED-TV UE55C8790; 55", 138 cm; 3.799,00 Euro

www.panasonic.de/3D

Modell: Panasonic NeoPDP Plasma-TV TX-P65VT20E; 65", 165 cm; 4.999,00 Euro

www.sony.de/hub/bravia-lcd-fernseher/3

Modell: Sony Full HD 1080, 3D-LCD-TV KDL-60LX905, 60", 153 cm, 4.199,00 Euro

FERNSEHEN ALS RAUM-EVENT:
Der Sony 3D-LCD-Fernseher KDL-60LX905.



XPERIA

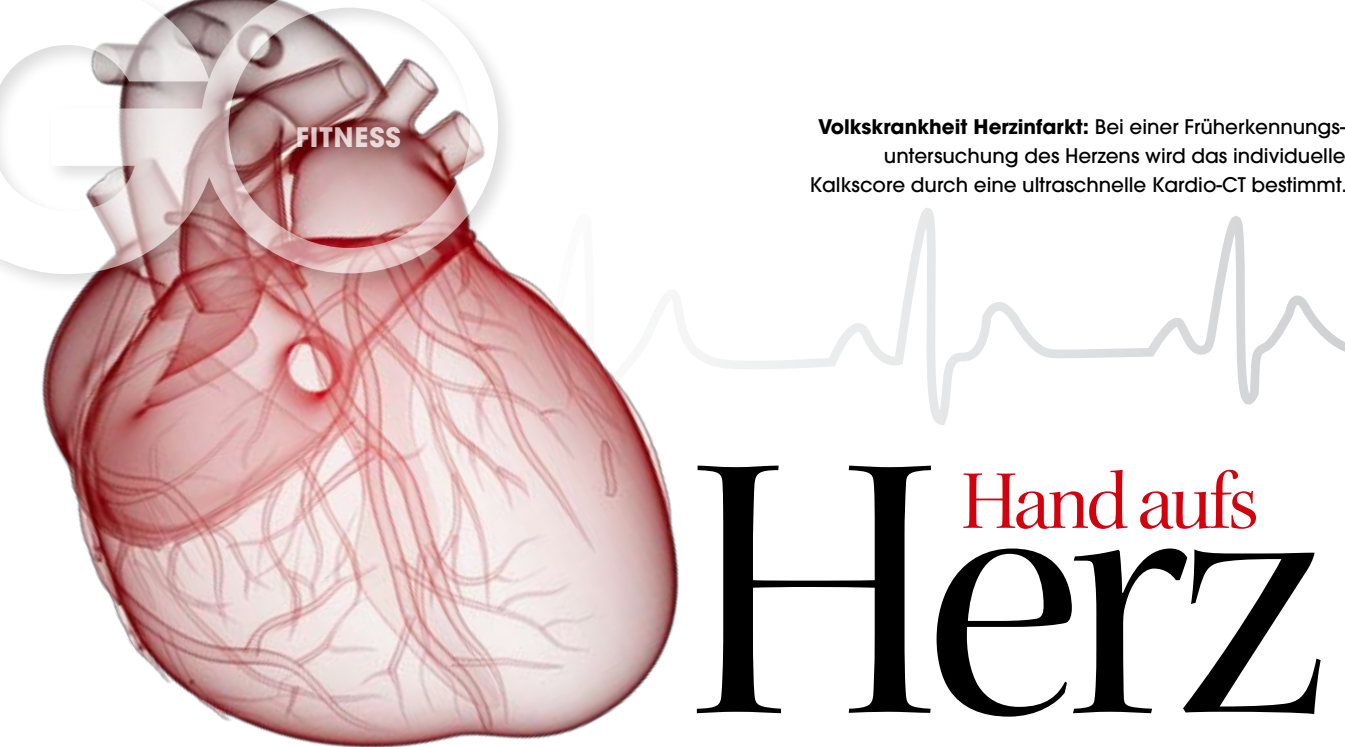


Alle Freunde live – ob groß oder klein

Mit dem XPERIA™ X10 oder X10 mini bist du überall auf dem Laufenden: So hast du per Timescape™ auf dem X10 Zugriff auf Kontakte und Nachrichten in zeitlicher Abfolge. Auf Wunsch kannst du aber auch über die individuell belegbare Vier-Ecken-Navigation des X10 mini deine Kontakte im Griff haben.

sonyericsson.com

Sony Ericsson
make.believe



Volkskrankheit Herzinfarkt: Bei einer Früherkennungsuntersuchung des Herzens wird das individuelle Kalkscore durch eine ultraschnelle Kardio-CT bestimmt.

Hand aufs Herz

Es schlägt 100.000 Mal am Tag, ist der Motor des Lebens und darf nicht ausfallen: unser Herz. Für den *GoSixt*-Experten Dr. Marianowicz hilft gegen den plötzlich auftretenden Herzinfarkt nur eins: Vorsorge.

Wie ist es zu erklären, dass mein Mann einen Herzinfarkt erlitten hat, obwohl er nie geraucht, sich immer gesund ernährt und auch viel Sport getrieben hat?“ Diese völlig berechtigte Frage hat mir eine Patientin kürzlich gestellt. Und das Schicksal ihres Mannes ist kein Einzelfall: Warum verstarb Deutschlands bekanntester Tierpfleger Thomas Dörflin, Ziehvater von Knuddel-Eisbär Knut, plötzlich an einem Herzinfarkt? Er wurde doch gerade einmal 44 Jahre alt. Insgesamt erleiden jedes Jahr fast 300.000 Menschen einen akuten Herzinfarkt in Deutschland. Und: Fast 50 Prozent der Herzinfarkt-Opfer versterben noch am Ort des Geschehens. Und an dieser ernüchternden Erkenntnis hat sich in den letzten zehn Jahren nicht viel geändert. Ist der Herzinfarkt-Patient hingegen erst einmal in der Klinik, haben wir heute hervorragende Möglichkeiten, das Leben nicht nur akut zu retten, sondern auch die Prognose entscheidend zu verbessern.

Die logische Konsequenz wäre eine regelmäßige Herzinfarkt-Vorsorgeuntersuchung. Aber Hand aufs Herz: Wer macht das schon? Haut-, Darm-, Prostata- oder Brustkrebsvorsorge sind angesagt. An den Motor unseres Lebens, an unser Herz, denken wir oft zuletzt. Das läuft schon, schließlich habe ich ja keine Beschwerden und lebe gesund. Gegen dieses ungesunde Volksempfinden helfen nur Fakten: Erstens führen die Herzkreislauf-Erkrankungen seit Jahrzehnten die Todesursachen-Statistik unangefochten an. Zweitens leben wir in einer Gesellschaft, die sich permanent absichert und versichert. Wir versichern unser Auto, natürlich Vollkasko. Wir haben eine Wohngebäude- oder Reiserücktrittsversicherung und sind natürlich krankenversichert – aber, wie der Name schon sagt: Wir nehmen sie erst im Krankheitsfall in Anspruch.

Viel wichtiger wäre aber, sie vorher zu nutzen, um einer drohenden Erkrankung wie dem Herzinfarkt vorzubeugen. Was bedeutet Herzinfarkt-Prävention? Ein drohendes Herzinfarkt-

Risiko erkennen und konsequent behandeln. Die Ursache ist stets eine Erkrankung, eine Atherosklerose der Herzkranzgefäße, die „koronare“ Herzerkrankung. Häufig führt aber nicht die Verengung eines Herzkranzgefäßes zum Infarkt, sondern so genannte instabile Plaques, die aus einem Gemisch aus Kalk und Fett bestehen. Doch sie bleiben meist unerkannt, denn mehr als 50 Prozent der Herzinfarkt-Patienten haben vor dieser Attacke kaum oder gar keine Beschwerden gehabt. Der Infarkt kommt sprichwörtlich aus heiterem Himmel. Gehen Sie zum Herzspezialisten, einem Kardiologen. Eine gute kardiologische Fachabteilung untersucht gezielt daraufhin, ob ein erhöhtes Risiko für einen Herzinfarkt besteht. Ein Belastungs-EKG reicht nicht! Denn wenn ein Belastungs-EKG Veränderungen zeigt, liegt oft eine bereits fortgeschrittene Erkrankung des Herzens vor. Vorsorge heißt, Veränderungen der Herzkranzgefäße sehr früh zu erkennen – lange vor den Beschwerden. Für Frauen wird diese Untersuchung ab dem 50. Lebensjahr und für Männer bereits ab dem 45. empfohlen, selbst wenn keine klassischen Risikofaktoren wie erhöhter Blutdruck, Fettstoff-Wechselstörungen, Nikotinkonsum oder familiäre Belastungen vorliegen.

Neben einem Ultraschall des Herzens und der großen Gefäße ist bei einer Früherkennungsuntersuchung die individuelle Bestimmung des Kalkscores durch eine ultraschnelle Kardio-CT wichtig. Hierbei wird am schlagenden Herz von außen der individuelle Verkalkungsgrad der Herzkranzgefäße bestimmt. Das Ergebnis dieser Untersuchung bildet die Grundlage dafür, ob eine medikamentöse, dem Herzinfarkt vorbeugende Behandlung notwendig ist oder nicht. So kann man exakt diagnostizieren, ob ein Herzinfarkt-Risiko vorliegt, und falls ja, wie hoch es ist. Sie haben nur ein Herz! Überlassen Sie nichts dem Zufall.

DR. MARTIN MARIANOWICZ

INFOS:

www.jaegerwinkel.de und www.herzinfarktforschung.de

FOTO: © SEBASTIAN KALITZKI / SHUTTERSTOCK.COM



VICTORINOX



All inclusive

27 functions, 205 g, 105 mm

Victorinox AG, Schmiedgasse 57, CH-6438 Ibach-Schwyz, Switzerland, T +41 41 818 12 11, F +41 41 818 15 11, info@victorinox.ch

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE | WWW.VICTORINOX.COM



Perlende RAFFINESSE

Perle trifft Personality: Taittinger. Die Champagner-Dynastie aus Frankreich hat GoSixt exklusiv hinter die Mauern von Schloss „La Marquetterie“ schauen lassen. Ein lässiges Luxusabenteuer.

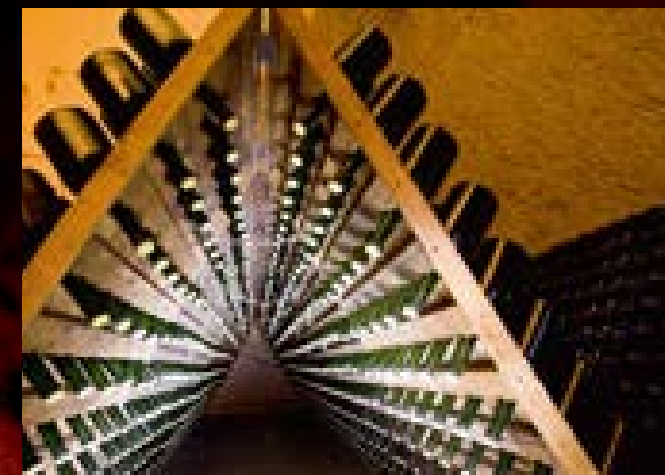
Von Pascal Morché und Erol Gurian (Fotos)

„Ich habe nicht als Geschäftsmann gehandelt, sondern wollte nur unseren Familiennamen zurückkaufen.“
Für 660 Millionen Euro erwarb Pierre-Emmanuel Taittinger die Champagnerhügel samt Schloss „La Marquetterie“.



»ICH WILL CHAMPAGNER-WEIN UND
RECHT MOUSSIEREND SOLL ER SEIN!«

Johann Wolfgang von Goethe



Champagner – DIE KUNST DES CUVÉE

Die Region nordöstlich von Paris um die Städte Reims und Éperny ist die Champagne. Hier wird seit dem 4. Jahrhundert Wein angebaut. Benediktinermönche (wie Dom Pérignon) verfeinerten die Champagner-Herstellung. 1927 wurde hier die Anbaufläche von Weinreben gesetzlich auf 33.500 Hektar begrenzt. Nur Schaumwein, der von hier stammt, darf Champagner genannt werden. Aus Trauben wird Most gepresst. Durch Gärung entsteht Wein. Beim Champagner „komponiert“ der Kellermeister aus den verschiedenen Lagen und auch Jahrgängen einen Cuvée. In diesem gekonnten Mischen und Abstimmen liegen Geheimnis und Unterschiede eines Champagners. Der Cuvée wird mit Most und Hefe versetzt. Auf Rüttelpulten wird jede Flasche kopfüber fixiert und per Hand gedreht, bis die Flaschen-

gärung einsetzt und sich dabei sowohl Hefe wie auch Mineralien im Flaschenhals ablagern (Fermentierung). Beim Entfernen des provisorischen Deckels fliegt der Hefesatz als Pfropf heraus. Gelagert wird Champagner ohne Jahrgang fünfzehn Monate. Dann sollte er getrunken werden. Die Qualität eines Champagners erkennt man am Geschmack des Cuvées und an der Feinheit der Perlen. Empfehlenswert ist es, Champagner bei einer Temperatur von 8° Celsius aus dünnen Champagnerflöten zu genießen. Der Gebrauch so genannter Champagnerschalen war mal in den 50er-Jahren schick. Aber es ist davon abzuraten: Das Bouquet des Getränks wird hier nicht konzentriert wahrgenommen, außerdem können sich die prickelnden Kohlendioxidbläschen nicht entfalten.



„Wir produzieren Glück“. Eigentümer Pierre-Emmanuel Taittinger mit Sohn Clovis und Tochter Vítali in den Keller-Gewölben von Taittinger mit seinen Rüttelpulten für die Flaschengärung.



Pianistin Vitali Taittinger am Flügel, komponiertes Dessert, Antiquitäten-Stilleben – auf Schloss „La Marquetterie“. Mit Madame Pompadour teilt sie die Liebe zum Champagner: „Er ist das einzige Getränk, das Frauen schöner macht, je mehr sie davon trinken.“

Monsieur wirkt angespannt. Nervös überholt er auf den schmalen Straßen der leicht hügeligen Champagne Traktoren und Lastwagen. Er ist auf dem Weg von Reims zu seinem Familienschloss „La Marquetterie“ in Pierrey bei Éperny – zweifellos einem der schönsten Besitztümer in diesem stillen Landstrich des nordöstlichen Frankreichs. Dennoch: der Druck, unter dem Monsieur am Steuer seines Saab 9.5, 2.3t Bio Power steht, scheint um einiges größer zu sein, als jener in den sechs Millionen Flaschen, die dieser Mann jährlich herstellt und die seinen Familiennamen auf dem Etikett tragen: „Taittinger“. Ein Name, der einen sofort an leichten, eleganten, fein moussierenden Champagner, ja, an einen der edelsten und renommiertesten Schaumweine überhaupt denken lässt. Ein Name, der buchstäblich auf der Zunge perlt und den Gaumen kitzeln will. Und doch auch ein Name, der für den, der ihn trägt, Last und Lust sein kann. Pierre-Emmanuel Taittinger weiß das. „Viele haben mir schon geraten, ich solle meine Geschichte an Hollywood verkaufen.“

Verständlich. Die Familie Taittinger ist eine Art Denver-Clan aus Reims: Märchenhafter Aufstieg, sagenhafter Reichtum, schöne Frauen, politische Ambitionen – aber auch Streit, Zerwürfnis, Gier. „Sehen Sie“, sagt Pierre-Emmanuel Taittinger und deutet durch die Frontscheibe des Saab, „diese sanften Hügel dort, das sind alles unsere Rebflächen. Alles allerbeste Chardonnay-Trauben. 288 Hektar und das Schloss „La Mar-

quetterie“ ist das einzige hier in der Gegend, das ausschließlich von Rebflächen umgeben ist.“ Gewiss, ein Paradies, eine Oase in der hektischen Welt. „Ja, und alles hatten sie verkauft! Alles. Aus Gier. Aus purer, entsetzlicher Geldgier“, echauffiert sich Monsieur Taittinger noch heute. Warum bringt den Mann der Blick zurück so sehr in Rage?

Noch Anfang des 19. Jahrhunderts waren die aus Salzburg stammenden Taittingers Stallmeister am Kaiserhof zu Wien (übrigens ein Grund dafür, dass es niemals falsch ist, den Namen deutsch auszusprechen: „Teittinger“ – und sei das Restaurant noch so fein). Später siedelte die Familie in Lothringen, das damals zu Österreich gehörte. Nach dem Krieg 1870/71 aber zog man zum Erhalt der französischen Staatsangehörigkeit in die Nähe von Paris. In der „Grande Nation“ wurden die Taittingers Bürgermeister, Abgeordnete, Minister (unter George Pompidou) und Widerstandskämpfer im Zweiten Weltkrieg – und sie wurden reich.

Sagenhaft reich. Das begann damit, dass Pierre-Emmanuel Großvater 1932 das seit 1734 bestehende Champagnerhaus Fourneaux in Reims kaufte und in Taittinger umbenannte. Großvater Pierre erwarb Weinberg um Weinberg in der Gegend von Éperny. Und als sein Sohn Claude 1960 das Unternehmen übernahm, setzte der den sprudelnden Erfolg mit ebenso klugem Marketing wie Product-Placement fort: 1963 platzierte er Taittinger-Flaschen mit ihrem prickelnden Inhalt im James-Bond-Film „Liebesgrüße aus Moskau“. Doch nicht nur mit Champagner mehrte die Familie ihr Vermögen, sondern auch durch Heirat, Fleiß, geschickte Geschäfte und Zufälle der



cin, cin — cintano®!

Edle Accessoires für Ihren Schreibtisch – die neue Sigel cintano® Kollektion.

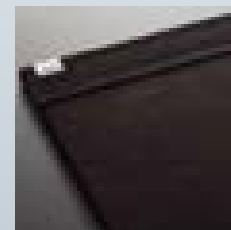
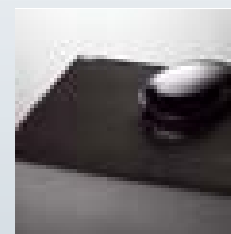
Ausgezeichnet im Design, außergewöhnlich im Auftritt, beeindruckend in ihrer Einzigartigkeit. Ein „must have“ für alle, die das Besondere lieben.

Stoßen Sie mit uns an auf die neue Sigel Schreibtisch-Accessoires-Serie cintano®! Ausgezeichnet mit dem „red dot“ und dem iF Product Design Award hat dieses neue Schreibtisch-Programm of Modern Art bereits die Expertenjurys der beiden renommiertesten Designwettbewerbe der Welt überzeugt und ist jetzt auf dem besten Wege, auch die Business-Trendsetter in seinen Bann zu ziehen.

Die Ästhetik ist auch wirklich einzigartig: unaufdringliche Formen, ausgedrückt in feinsten Materialien. Echt Leder und modernster Soft-Touch beschichteter Kunststoff bilden eine flächenebene Symbiose. Jedes Teil für sich ist ein formvollendetes Edelstück mit einer beinahe sinnlichen Ausstrahlung und einer ganz eigenen Anziehungskraft. Alle sechs Produkte zusammen bilden eine Kollektion, die dem Begriff Arbeitsplatz eine ganz persönliche, unübersehbar elegante Note verleiht.

Die Schreibtischunterlage ist die Basis für geradezu luxuriösen Spirit, den das Mousepad noch unterstreicht. Die ideale Ergänzung bilden Stiftschale bzw. Stifteköcher, die exklusiven Schreibgeräten eine in jeder Beziehung würdige Plattform bieten. Das charmante Memocenter, komplett ausgestattet mit Haftnotizen und –markern, kommt mit derselben selbstverständlichen Leichtigkeit daher wie der effektvoll-funktionale Klammerhalter.

Egal, für welches Schreibtisch Accessoire aus dieser Sigel-Exklusiv-Serie Sie sich entscheiden, der „Hinkucker“ Ihrer Besucher können Sie sich sicher sein! Die Sigel cintano Kollektion ist im Fachhandel erhältlich oder unter www.sigel.de/style.



Geschichte: Neben dem florierenden Champagnerhaus hatte der verzweigte Taittinger-Clan die französischen Hotelketten „Campanile“ und „Concorde“ übernommen; Luxushotels in Paris, wie das prestigeträchtige Hôtel de Crillon hatte man sich ebenso einverleibt wie das Baccarat, jenes edle Kristallglasunternehmen oder den Parfumhersteller Annick Goutal; ja sogar eine kleine, feine Privatbank, die Banque du Louvre, gehörte den Taittingers. Schließlich war summa summarum vor gut vier Jahren ein Vermögen von mehr als zwei Milliarden Euro angewachsen – nur: verteilt auf sieben Familienzweige mit 38 schaumgeborenen Erben. Und die wollten Kasse machen. Schließlich winkten jedem Erben rechnerisch gut 55 Millionen Euro. Ausreichend Kleingeld für ein entspanntes Leben. So wurde das ganze Konglomerat aus Luxusunternehmen 2005 für 2,2 Milliarden Euro an den amerikanischen Investor Starwood Capital verkauft.

Ich war der einzige, der gegen den Verkauf stimmte. Ein Paradies wie diese Weinberge hier vor uns und eine solche Tradition wie sie ‚Champagne Taittinger‘ besitzt, das muss doch in der Familie bleiben“, sagt Pierre-Emmanuel Taittinger, während er sich mit seinem Bio-Power-Saab wieder einmal auf der Überholspur befindet und das Familienschloss allmählich näher kommt. Gewiss, auch er und seine Familie hätten sich mit 55 Millionen ein ruhiges Leben machen können. Doch Pierre-Emmanuel besann sich auf die Familiendynastie und hatte einen kühnen, „schreiben Sie ruhig einen ‚verrückten‘ Plan: Tausende verkaufen heute ihre Unternehmen. Ich aber kaufe meines zurück!“ Zu seinem Vorteil konnte Starwood zwar viel mit den gekauften Hotels, aber wenig mit Champagner anfangen. Nach einem aufreibenden Bieterstreit, bei dem er am Ende sogar eine indische Brauerei aus-

stach, gelang es ihm, das Champagnerhaus vor zwei Jahren für 660 Millionen Euro zurückzukaufen. Rein wirtschaftlich war das eine Kamikaze-Aktion und erklärt auch den Druck, unter dem Pierre-Emmanuel Taittinger steht, jene dynamische Nervosität, die der Mann öfter ausstrahlt. „Ich habe nicht als Geschäftsmann gehandelt, ich wollte den Namen unserer Familie zurückkaufen. Schließlich ist Champagne Taittinger unter den großen Herstellern des moussierenden Getränks der einzige, der noch den Namen der Familie trägt.“ Stimmt.

Napoleon und Champagner. „Nach dem Sieg verdienst du ihn, nach der Niederlage brauchst du ihn.“

GESCHICHTE TAITTINGER

Gründung: 1734 durch Champagner-Händler Jacques Fournieux (nach Ruinart, zweitältestes Champagnerhaus der Welt). **Besitzer:** Pierre-Emmanuel Taittinger. **Eigene Rebfläche:** 288 Hektar. **Jahresproduktion:** Je nach Witterung und Ernte rund sechs Millionen Flaschen. (der Rekord der gesamten Champagner-Branche lag zum Milleniums-Wechsel bei 327 Millionen Flaschen weltweit). **Umsatz:** 110 Millionen Euro. **Exportanteil Deutschland:** etwa 20 Prozent (obwohl Deutschland als schwieriger Markt für Champagner gilt). **Mitarbeiter:** 220; während der Ernte mehr. **Wichtige Taittinger-Cuvées:** Brut Réserve, Folies de la Marquetterie, Prestige Rosé, Comtes de Champagne Blanc de Blancs. **Geschmack:** Feminin, elegant, stark perlend.

Die großen Champagnermarken wie Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Ruinart oder Pommery machen ein Vielfaches des 110 Millionen Euro Umsatzes von Taittinger. Aber sie gehören multinationalen Konzernen – und sie schmecken häufig nicht ganz so prickelnd und so elegant wie ein Krug, Roederer, Dom Pérignon oder: eben ein Taittinger.

Man spürt den Stolz, mit der Taittinger-Retter in die große Hofeinfahrt der „Marquetterie“, das nun wieder „sein Schloss“ ist, einbiegt. „Ich stelle Ihnen meine Tochter Vitali und meinen Sohn Clovis vor. Sie arbeiten auch für Taittinger und“ – Pierre-Emmanuel lächelt nun doch einmal recht entspannt – „sie begleiten mich in diesem Abenteuer. Es wird schon gut gehen, denn eines ist doch klar: Champagner bedeutet Glück.“ Nun, die Frage, ob denn auch der Umsatz wirklich überschäumend sei angesichts der momentanen Wirtschaftskrise, pariert Pierre-Emmanuel pistolenschusschnell: „Alle haben Einbußen. Champagner ist ein Luxusgetränk, das sich nicht jeder aus der Portokasse leisten kann.“ Dann macht er eine lange Pause, blickt von der Freitreppe des Schlosses in die weite Landschaft der Champagne und ergänzt: „Ein Luxusgetränk, das sich aber immer noch viele leisten wollen, wenn sie sich anderen Luxus nicht mehr leisten können. Jedes Glas Champagner ist pures Glück. Wir produzieren Glück. Und Ihr deutscher Dichter Goethe hat auch schon geschrieben: ‚Ich will Champagner Wein, und recht moussierend soll er sein!‘“ Aha. Ist Deutschland denn ein Champagnerland? „Nein. Deutschland ist ein wichtiger und guter Markt für uns“, sagt der Edelbrause-Baron, „aber kein Vergleich mit England, Russland oder den USA. Vielleicht sind die Menschen dort etwas leichtlebiger und einfacher in Champagnerlaune zu bringen?“ Jedenfalls gab es auch schon für Napoleon immer einen Grund, Champagner zu trinken: „Nach dem Sieg verdienst du ihn, nach der Niederlage brauchst du ihn.“ Allerdings findet Edelschaumweinproduzent Pierre-Emmanuel Taittinger das Gebräu als Rennfahrer-Dusche, Schiffstaufen-Flüssigkeit oder Badewannen-Inhalt „dégoutant“. Kommt der edle Rebensaft zur äußeren Anwendung, diene das bestenfalls der Legendenbildung. So kippte der Schauspieler Johnny Depp 36 Flaschen Champagner in die Badewanne des Londoner Hotels Portobello, um mit dem Model Kate Moss Versöhnung zu feiern. Leider kam das Zimmermädchen und zog am Stöpsel. Für solche Exzesse ist es ratsam, den Champagner nicht unbedingt bei Taittinger zu ordern. Er ist dafür einfach zu schade.

Es lässt sich zwar jeder Wein zum Schäumen bringen, doch keiner kommt dem Champagner gleich. Klima und Kreideböden geben den Weinen rund um Reims und Éperny ihren unverwechselbaren Charakter. „Ich war heute schon draußen im

Für mich gemacht

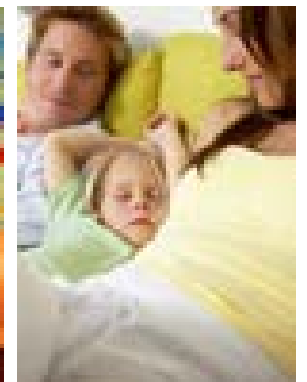


So schläft man heute!

Frisches Design, kostenlose Extras, günstiger Preis: Herzlich willkommen in 34 B&B Hotels in ganz Deutschland!

Einchecken, sofort wohlfühlen und dabei sogar sparen

So einfach kann es sein, das richtige Hotel zu finden. Vorausgesetzt, Ihre Entscheidung fällt auf die B&B Hotels. Frisches Design, eine überzeugende Ausstattung und eine Fülle an kostenlosen Extras machen die B&B Hotels zur ersten Wahl für preisbewusste Reiseplaner. Die B&B Hotels finden Sie an 34 attraktiven Standorten in ganz Deutschland und in vielen Städten Frankreichs.



Wohlfühlen leicht gemacht.

Das gibt Ihnen fast ein Gefühl von Zuhause. In den B&B Hotels finden Sie und Ihre Reisegäste zum günstigen Preis alles, was Sie benötigen. Und noch mehr: Großzügig Schlafen mit einem französischen Bett oder zwei Einzelbetten; cool und ruhig bleiben mit Klimaanlage und moderner Schallsisolierung in jedem Zimmer; gut rauskommen dank Telefon mit automatischer Weckmöglichkeit; und wohlfühlen mit der ganzen Familie in komfortablen 3- und 4-Bett-Zimmern!

Frei fühlen mit kostenfreien Extras.

Das Leben ist schon teuer genug. Deswegen nimmt man bei B&B Hotels auch Urlaub von hohen Nebenkosten. Der hervorragende Service in einem B&B Hotel zeigt sich eben auch in dem, was man

auf der Rechnung nicht sieht: Im gesamten Hotel gibt es W-LAN, Sky-TV und 15 weitere Kanäle kostenlos. Und in fast allen B&B Hotels gibt es kostenlose Parkplätze.

Für den kleinen und großen Hunger.

Frischer Kaffee und knusprige Brötchen – so beginnt der Tag. Für nur 6,90 Euro können Sie beim B&B Frühstücksbuffet so viel essen wie Sie möchten. Und wenn der Heißhunger kommt, finden Sie in den Snack- und Getränkeautomaten alles, was das Herz begehrt: etwas Süßes, was zu knabbern, eine kalte Cola, und, und, und. Einen besonderen Service bieten die B&B Hotels an Autobahnen: 24 Stunden warme Speisen in den Raststätten.

Weitere Infos oder direkt buchen: www.hotelbb.de

www.hotelbb.de

Weinberg. Es könnte 2010 ein gutes Jahr werden“, sagt Tochter Vitali, die hier heute Nachmittag im Schlösschen „La Marquetterie“ noch eine Freundin erwartet, „um vierhändig Klavier zu spielen“. Selbstverständlich auf einem Flügel des französischen Herstellers Pleyel. Tochter Vitali bestätigt, was Madame Pompadour, jene Mätresse des Königs Ludwig XV. schon 1750 schrieb: „Champagner ist das einzige Getränk, das Frauen schöner macht, je mehr sie davon trinken.“ Mit Champagner verbindet der Mensch Lebensstil und Glamour. Da wirken die Taittingers, Schloss hin, Schloss her, angenehm bodenständig, auch wenn sie hier von klassizistischem Mobiliar und Gemäl-



Pierre-Emmanuel Taittinger:

Meine Liebe gehört ...

meiner Frau, meinen Kindern und Afrika, denn nur da finde ich Zuflucht und Ruhe.

Schlechter Geschmack ist ...

wenn man keinen Sinn für Kultur hat und einem Kunst, Musik und Literatur nichts geben.

Mode ...

interessiert mich nicht.

Die Zukunft des

Champagners ... sehe ich eindeutig in China.

Pflicht ... kann auch Vergnügen sein.

Man spürt dabei natürlich

schon auch einen gewissen Zwang, denn ich hätte ja auch nach dem Verkauf mein Geld nehmen und nur noch gut leben können.

Aber das entspricht nicht meinem Charakter.

Ich fahre Saab ... weil das der einzige Autohersteller war, der vor drei Jahren ein Auto mit Ethanolantrieb baute.

Ich will ... ganz einfach, dass der Name Taittinger in der Champagne überlebt und Champagner ein Produkt unserer Familie bleibt.

den des Versailler Hofmalers van Loo umgeben sind. So arbeitete der 31-jährige Sohn Clovis bereits in Paris in der Immobilienbranche, „doch als Papa mit diesem Abenteuer hier anfang, kündigte ich meinen Job und kümmere mich nun um Export und Marketing“. Nach dem Essen geht er mit seinem Vater die Reiseplanungen durch. Österreich, Deutschland, USA. „Ich fliege besser über Japan zurück, dann kann ich noch unsere Distributeure in Tokio treffen.“ Flugkilometer ohne Ende, Arbeit weltweit – das hat der Sohnmann nun davon, dass die Flaschen mit seinem Namen rund um den Globus getrunken werden.

Und die 29-jährige Vitali zitiert passend den Dichter Voltaire, der schon vor 260 Jahren in ihrem Schloss bei Éperny verkehrte: „Weltweit offenbart die schäumende Natur dieses französischen Weines das wahre Genie des französischen Volkes.“ Also sprach die Markenbotschafterin? Vitali wehrt temperamentvoll ab. „Non, non! Bien sûr. Ich habe auch noch ein Leben jenseits von Champagner“. Klar, zumal sie glücklich verheiratet ist mit Simon Andriveau, einem bekannten französischen Cartoonisten, der ebenfalls aus Reims stammt. „La Marquetterie“ wurde zunächst nur als Wochenend- und Feriensitz genutzt und entwickelt sich nun immer mehr zum Mittelpunkt der Familie. Während ein kühler Taittinger Comtes de Champagne Blanc de Blancs des Jahrgangs 1998 feinste Perlenstränge in den Gläsern zieht und unser Blick in die Rosengärten jenseits der weißen Sprossenfenster gleitet, erzählt Pierre-Emmanuel, mit welchem Ziel er sich buchstäblich die Bürde aufgeladen hat, Taittinger zurückzukaufen. Vor Moët und Pommery habe er viel Respekt, aber „ich will nicht groß, ich will perfekt sein. Ich habe Taittinger nicht zurückgekauft, um Billionär zu werden. Außerdem bin ich ein Provinzler.“

Da lacht der Champagnerkönig und streicht sich durch seine lockige Haarmähne. „Ja, ich lebe lieber in Reims als in Paris, ich mag die einfachen Leute, die Weinbauern, die Kellermeister. I don't like the show!“, bekennt er seine konsequente Partyabstinenz. Nun, die kann er sich leisten, ist er doch auf Partys und Empfängen ohnehin bestens vertreten: In Pierre-Emmanuels Büro in Reims hängen viele, in eleganter Stahlstichschrift gefasste Speise- und Getränkekarten jener Galadiners, die französische Staatspräsidenten für ihre Gäste ausrichten. Da fällt auf: Die Namen der Gastgeber ändern sich – Pompidou, Mitterrand, Sarkozy –, doch der Name des zum Staatsempfang gereichten Getränks nicht: „Champagne Taittinger“.

Es stimmt, was Tochter Vitali sagt, während sie am nächsten Tag durch die kalten Kellergewölbe unter dem Champagnerhaus an der Place Saint-Nicaise in Reims führt. „Unser Vater ist eher ein Künstler als ein Geschäftsmann.“ 1500 Jahre sind die Gewölbe alt, die bis zu 20 Metern tief in die Kreidefelsen von Reims getrieben wurden, und die konsequent auf zehn Grad Celsius temperiert sind. Hier reift das Premiumprodukt von Taittinger, der Prestige Cuvée „Comtes de Champagne Blanc de Blancs Millésimé“ heran. „In der Römerzeit befand sich über diesen Kellern eine Basilika“, flüstert Vitali, „irgendwie fühlt sich unser Herr Papa diesem Ort spirituell verpflichtet“. Vitali schreitet einen Teil des etwa 18 Millionen großen Flaschenbestandes des Hauses Taittinger ab. Hier, wo das wenige Licht sich in Millionen grünen Champagnerflaschen bricht. Hier, wo lagert, was weltweit für gute Laune sorgen wird. Wie bemerkte doch Theodor Fontane: „Wenn man die Wahl hat zwischen Austern und Champagner, so pflegt man sich in der Regel für beides zu entscheiden.“



Einfach nur die Zeit

NEOLOG DQ definiert die Zeit neu – von Konventionen losgelöst und reduziert auf das, was es ist: Ansichtssache in puristischer Form und Funktion. Per Knopfdruck können Sie die Zeitanzeige umstellen: digitale Zahlenanzeige oder Zeit als gruppierte Menge. Hierbei ist die Uhrzeit in Stunden, Zehner- und Einerminuten unterteilt. Keine Zeiger, keine Ziffern. Einfach nur die Zeit

- Aus massivem und gehärtetem Edelstahl (AISI 316L)
- Kratzfestes und entspiegeltes Saphirglas
- 5 ATM wasserresistent
- 5 Jahre Garantie

Preis: 380 €

Alle NEOLOG Modelle erhältlich im

Online-Shop: www.neolog.de

oder unter Tel.: **040. 36 16 36 16**

Ausgezeichnet

Für ihr Design und ihre Qualität sind die Modelle OS und A24 von NEOLOG bereits mit dem red dot und Good Design Award ausgezeichnet sowie für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2011 nominiert.



DESIGNED BY **ARMAN EMAMI**

NEOLOG



TANZENDES LICHT

Maskenkino von Basquiat, Comicszenen von Rauch, Lichträume von Eliasson, Blechkult von Rauschenberg oder Farbopern von Lichtenstein: Basel, München, Berlin, Bilbao und Köln erleuchten den Kunstsommer.



JEAN-MICHEL BASQUIAT UND ANDY WARHOL „6.99“, 1985; Acryl und Ölkreide auf Leinwand; 297 x 420 cm; Sammlung Bischofberger, Schweiz; © 2010, ProLitteris, Zürich

Legenden: Andy Warhol, Jean-Michel Basquiat, Francesco Clemente; 1984; New York; Courtesy Galerie Bruno Bischofberger, Zürich; Foto: © Beth Philipps



ROBERT RAUSCHENBERG
Mercury Zero Summer Glut;
1987; Metallassemblage;
w27 x 44,5 x 21,6 cm;
Privatsammlung; © 2009, Estate
of Robert Rauschenberg /
licensed by VAGA, New York,
NY / ProLitteris, 8033 Zürich /
VG Bildkunst Bonn; Foto:
© Glenn Steigelman

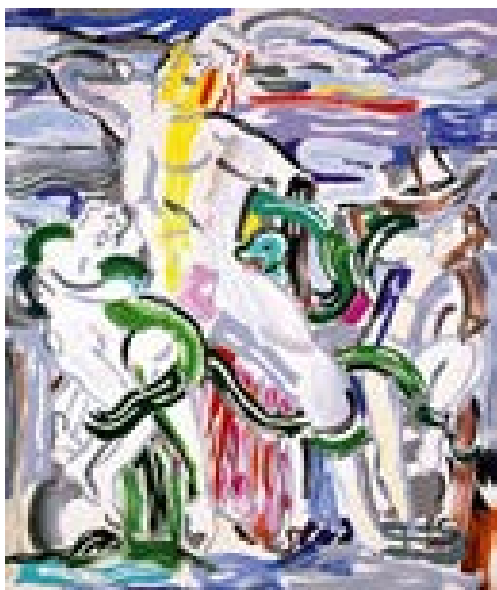
OLAFUR ELIASSON
„Mikroskop, 2010“;
Gerüst, Spiegel-
folie, Aluminium;
17,7 x 18,5 x 27,1 m;
Foto: Jens Ziehe
Courtesy the artist;
neugerriemschnei-
der, Berlin; Tanya
Bonakdar Gallery,
New York;
© 2010
Olafur Eliasson



Verschwenderisch toben bunte Graffiti-Masken und ethnische Afro-Hieroglyphen um eine Muse und um ein goldgelbes Preiskalb: „6.99“. Wie im gleichnamigen Gemeinschaftswerk mit Andy Warhol verbindet der Hip-Hop-Sprayer der 80er Jahre in seinen großformatigen Psychokosmen das aufrührende Gefühlsleben eines jungen schwarzen Künstlers in New York. Jean-Michel Basquiats Werke – in den Straßen und Ruinenmilieus wie auch in den Szenegalerien von Manhattan – strahlen eine gesprühte Graffiti-Sehnsucht nach der Einheit von schwarzer Voodoo-kultur und westlichem Lebensglück aus. Der zu Lebzeiten gefeierte Künstler starb 1988 mit 27 Jahren an einer Überdosis Heroin und hinterließ ein manisches Opus von über



NEO RAUCH „Das Blaue“; 2006;
Öl auf Leinwand; 300 x 400 cm;
Privatsammlung; Foto: Uwe Walter,
Courtesy Galerie Eigen + Art, Berlin,
und David Zwirner, New York;
© VG Bild-Kunst, Bonn 2010



ROY LICHTENSTEIN „Laocoon“; 1988;
Öl und Magna auf Leinwand;
Privatsammlung; 305 x 259 cm;
Privatsammlung; © VG Bild-Kunst, Bonn 2010

900 Werken. Aus Jean-Michel Basquiats gestalteten Graffiti springt dem Betrachter eine einzigartige quirlige, lebensbejahende Energie entgegen – immer auch gepaart mit verstörenden, aggressiv eingeritzten (Masken-)Zeichen seiner afrikanischen Wurzeln.

Wo Basquiats kraftvolle Graffitistriche bunte Traumdelirien erzeugen, setzt der deutsche Malerstar Neo Rauch mit seinem ungewöhnlichen monochromen Genrecomic „Das Blaue“ eher auf stille Kraft und hintergründige Seelenlagen. Während bei Basquiat mit einem Spraydosenstrich plötzliche Angstmomente gebannt werden, gestaltet Rauch mit meisterhafter malerischer Souveränität eine beklemmende Atmosphäre, in der die changierenden Blautöne eine fröhliche und kraftvolle Hoffnung versprühen. Gemalter Mut im wilden Neo-Rauch-Leinwandleben.

Regiert bei Rauch und Basquiat eine düster grundierte Lebendigkeit, so prägen die – extrem unterschiedlichen – Werke von Robert Rauschenberg, Olafur Eliasson und Roy Lichtenstein auf ganz individuelle Weise eine Poesie der Form, des Lichts und der Farben. Hier das majestätische, markenhaft komponierte Blechstück „Mercury Zero Summer Glut“, dort die ins Unendliche strebende, grafisch strenge Licht-Raum-Installation „Mikroskop, 2010“ und das vor Herzglück zusammenfließende „Laocoon“-Bild mit seinen verschmelzenden Farben und Formen. Lichtensteins Laocoon versprüht fröhlichen Popart-Geist, elegisch verschlungenes, tanzendes Licht.

GERDA HARDA BRANDT

BASQUIAT RIEHEN/BASEL
09.05.2010 - 05.09.2010;
Fondation Beyeler,
Baselstrasse 101,
CH-4125 Riehen/Basel;
Tel. +41 - (0)61 - 645 97 00;
täglich 10-18 Uhr, Mi: 10 - 20
Uhr; www.beyeler.com

**OLAFUR ELIASSON: INNEN
STADT AUSSEN BERLIN**
28.04. - 09.08.2010;
Niederkirchnerstraße 7,
Ecke Stresemannstr. 110,
10963 Berlin, Tel: +49 (0)30 254
86-0; täglich geöffnet, Di
geschl. www.gropiusbau.de

**NEO RAUCH BEGLEITER
MÜNCHEN**
20.04.-15.08.2010;
Pinakothek der Moderne,
Barerstr. 29, 80799
München, täglich 10 - 18 Uhr,
Mi: 10 - 20 Uhr, Mo geschl.

**NEO RAUCH BEGLEITER
LEIPZIG**
18.04.-15.08.2010;
Museum der bildenden
Künste, Katharinenstraße
10, 04109 Leipzig,
Tel: +49 (0)341 - 216 990;
täglich 10 - 18 Uhr,
Mi: 10 - 20 Uhr, Mo geschl.
www.neo-rauch-ausstellung.de

**ROY LICHTENSTEIN - KUNST
ALS MOTIV KÖLN**
02.07.- 03.10.2010, Museum
Ludwig Köln, Heinrich-Böll-
Platz, 50667 Köln,
Tel: +49 - (0)221- 221 261 65;
Di-So 10-18 Uhr;
www.museum-ludwig.de

**ROBERT RAUSCHENBERG
GLUTS BILBAO, SPANIEN**
13.02.-12.09.2010
Guggenheim Museum
Bilbao, Avenida Abandoi-
barra, 2 Bilbao 48001, Spain;
Tel: (+34) 94 435 90 90;
Di-So: 10-20 Uhr;
www.guggenheim-bilbao.es

**MIT SIXT
ZUR KUNST**
HOTLINE: 0180 - 5 25 25 25*
www.sixt.de
*0,14/min. im dtsh. Festnetz



KLASSIK-HIGHLIGHTS 2010/2011



Katherine Jenkins
Believe - In Concert
By arrangement with Netzwerk Management and The Agency Group  

12.10.10
DÜSSELDORF
PHILIPSHALLE

13.10.10
BERLIN
TEMPODROM

15.10.10
FRANKFURT/M.
JAHRHUNDERTHALLE

16.10.10
MÜNCHEN
PHILHARMONIE

18.10.10
HAMBURG
NEUE FLORA

Das neue Album
„Believe“
ab jetzt im Handel!

50 JAHRE IN DEUTSCHLAND
DIE JUBILÄUMSTOURNEE GEHT WEITER!



Montserrat Caballé
pianist manuel BURGUEAS

16.12.10
HAMBURG
LAEISZHALLE

25.01.11
DRESDEN
KULTURPALAST

28.01.11
DUISBURG
MERCATORHALLE

31.01.11
BERLIN
PHILHARMONIE

DAS COMEBACK!



JOSEF BULVA

13.10.10
PASSAU
RATHAUSSAAL

15.10.10
FREIBURG
PAULUSSAAL

17.10.10
AUGSBURG
KLEINER GOLDENER SAAL

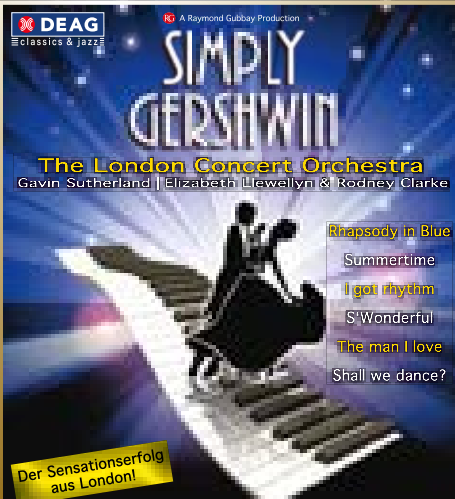
19.10.10
MÜNCHEN
PRINZREGENTEN-
THEATER

26.10.10
HAMBURG
LAEISZHALLE

28.10.10
BERLIN
KONZERTHAUS

DEAG
classics & jazz

SIMPLY GERSHWIN
The London Concert Orchestra
Gavin Sutherland | Elizabeth Llewellyn & Rodney Clarke



Rhapsody in Blue
Summertime
I got rhythm
S'Wonderful
The man I love
Shall we dance?

Der Sensationserfolg
aus London!

16.02.11
BERLIN
ADMIRALSPALAST

17.02.11
HAMBURG
CCH SAAL 2

19.02.11
DÜSSELDORF
TONHALLE

21.02.11
MÜNCHEN
PHILHARMONIE

22.02.11
FRANKFURT/M.
JAHRHUNDERTHALLE

Ausschnitte aus Carmen,
Werke von Villa-Lobos, Ravel, Lehar



Elina Garanča Habanera Tournee 2010
Lettisches Nationalsymphonieorchester | Dirigent: Karel Mark Chichon

Das neue Album
„Habanera“
ab September im Handel!

21.09.10
BASEL
CASINO

23.09.10
DÜSSELDORF
TONHALLE

26.09.10
MÜNCHEN
PHILHARMONIE

28.09.10
HAMBURG
LAEISZHALLE

01.10.10
BADEN-BADEN
FESTSPIELHAUS

04.10.10
FRANKFURT/M.
ALTE OPER

klassikradio live in concert Jubiläumstournee
u.a. in Berlin, Frankfurt, Hamburg, München | Infos unter www.klassikradio.de 

Tickethotline: 01805 - 969 000 555* | www.deag.de
und an allen bekannten Vorverkaufsstellen *14 Cent/Min. - Mobilfunkpreise max. 42 Cent/Min.

Tickets für alle Veranstaltungen unter:
ticketmaster

BILDBAND I

NATUR-CHIFFREN

Nein, Michael Poliza muss man wie Steven Spielberg nicht mehr vorstellen. Er ist das ethnische Auge globaler Naturfotografie. Poliza belichtet die Welt der Menschen und der Tiere, der Städte und Steppen wie unter einem soziologischen Brennglas. Die Schönheit seiner Bilder legt den Finger in die Wunder und die Wunden der Erde. Polizas „South Africa“ bannt einzigartige Seelenbilder von Mensch und Natur in den liebevoll edierten Bildband. Und wenn im Cathedral Peak Nature Reserve die Sonnenstrahlen hinter den üppigen Wolkenbergen über der höchsten Bergkette Südafrikas herausexplodieren, dann malt Michael Poliza nicht nur ein elegisches Genrebild Südafrikas, sondern er schafft auch eine humane Chiffre der Natur aus Licht, Grafik und Raum. Leidenschaftlich leben. OL

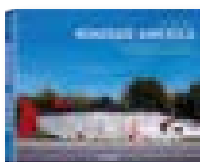


SOUTH AFRICA by Michael Poliza & Friends; teNeues-Verlag; Hardcover; 29 x 37 cm; 272 S.; 116 Farbfotografien; in D, E, F, E & Afrikaans; 75 Euro

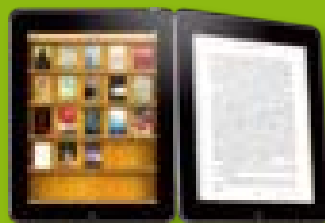
BILDBAND II

KUNST-TRÄUME

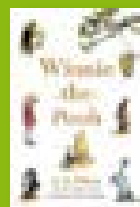
Ob nun die 3-Minuten-Rakete am Highway für die Autowaschanlage wirbt, oder ein riesiges „Donut Hole“ als Drive-In um Kunden buhlt: Die amerikanische Outdoor-Werbung im Bildband „Roadside America“ dokumentiert nicht nur superplakative, superlaute US-Reklame: Bigger than life! Die morbiden Supersize-Neon- und Plastesulpturen der 30er bis 70er Jahre halten einerseits die US-Lust an Größe fest und betonen andererseits das Kleine, die Sehnsucht nach einem Stück Heimat in der unendlichen Weite des Westens. Raum für Kunst-Träume. WT



ROADSIDE AMERICA von John Margolies (Fotografie), Phil Patton (Text), Jim Heimann (Hrsg.); Taschen-Verlag; 256 S.; 31 x 25,7 cm; 29,99 Euro

iBOOKS
LESE-KINO

Mehr digitaler Lesegenuss geht nicht – auf Apples iPad. Die Gratis-App „Winnie-the-Pooh“ von A. A. Milne in wunderschönem, poetischen Englisch, verzaubert den iPad-Reader. Feinstes Lese-Kino! Glauben Sie nicht? Dann blättern Sie mal, streichen Sie ganz sanft mit Ihrem Zeigefinger von rechts oben nach links unten. So erotisch sind analoge Buchseiten kaum zu blättern. Digitales Schmökern.



WINNIE-THE-POOH von A. A. Milne; Egmont-Verlag; Illustrationen von E. H. Sheppard; 139 S.; Gratis-App

Und neben den Abenteuern von „Pu, der Bär“ sind die Originalillustrationen von E. H. Sheppard ein Highlight. Gezeichnete Liebeserklärungen – für Kinder und Erwachsene. Extraschön: Man kann sie, schnipp, mit zwei Fingern auf A4-Größe ziehen und sich einfach wegträumen. Und wer's zwischendurch gerne thrillig mag, erlebt etwa mit dem 589-Seiten-Bestseller „Verblendung“ von Stieg Larsson aufregend lange Mittsommernächte. Oder man lädt sich kostenlose Klassiker wie Goethes „Italienische Reise“ herunter. Smarte iPad-Bildung.



VERBLENDUNG von Stieg Larsson; Heyne-Verlag; 589 S.; iBook-App auf iPad 8,99 Euro

FOTOS: © 2010 MICHAEL POLIZA; APPLE INC.; TASCHEN.COM; JOHN MARGOLIES/ROADSIDE AMERICA

Ärger
mit der IT?

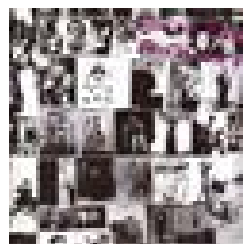
Schützen Sie sich vor den Bedrohungen aus dem Internet mit den patentierten und proaktiven IT-Sicherheits-Lösungen von **NORMAN**®.

- ✓ seit 26 Jahren Spezialist für IT-Sicherheit
- ✓ komplette Produktpalette – Viren- und Spamschutz, DataLeakPrevention, Patchmanagement
- ✓ vom Privatanwender bis zur Großkundenlösung
- ✓ patentierte Technologien



NORMAN®

www.norman.de • info@norman.de



EXILE ON MAIN STREET, Rolling Stones; Rock; Universal Music; Mai 2010; De-Luxe-Doppel-CD mit 10 unveröffentlichten Songs; 18,95 Euro; iTunes-LP-Download; 18 Songs plus 2 Videos „Plundered My Soul“; 13,99 Euro

ROCK-LIFT HIP-HOP-KUR

Marke bleibt Marke. Die Stones sind die Stones. Und das ist gut so. Noch besser ist, wenn – wie im neu und schneller aufgenommenen Album „Exile On Main Street“ – Klassikern wie „Rocks Off“, „Rip This Joint“, „Tumbling Dice“ oder „Plundered My Soul“ (wunderbares Schwarz-weiß-Video im Album-Download!) mit rapigem Tempo neues Leben einhaucht wird. Und das nach 37 Jahren. Die fulminante Hip-Hop-Kur hält die Rock-Daddys jung. AN

FOTOS: © SHERVIN LAINÉZ, UNIVERSAL.COM

TEENIE-ACT SING-SONG-SANG

Hannover ist sexy, musikalisch und jung. Schon immer, aber für den Rest der Welt erst seit 29. Mai, als die Abiturientin Lena Meyer-Landrut mit Hannoveraner Pitchen-Englisch und juvenilem Esprit den Eurovision Song Contest gewann. Ihr Premierenalbum „My Cassette Player“ bestsellert gute Laune mit „Satellite“ & Co. und rockt und poppt stilsicher bei „You can't stop me“ oder „I Like To Bang My Head“. Ein echtes Sommer-Sing-Sang-Song-Album. Einfach axthart. WT



My Cassette Player, Lena; Universal Music/Raab TV; Pop; Mai 2010; 1 CD, mit Bonusong „We Can't Go On“; 12,95 Euro; iTunes-Album-Download mit 23:55-Min.-Video „Unser Star für Oslo“; 12,99 Euro

FOLK-OFF KLANG-DYNAMIK

Charlotte Gainsbourg verlegt in „Heaven Can Wait“ den Beach-Boys-Klangteppich locker in ruppige Pariser Banlieus oder unterlegt im Song „Me And Jane Doe“ klassische Chansonklänge mit provokativen Großstadtbeat. Das Album „IRM“ zeigt kein salongeschmeidiges Pop-Töchterchen von „Je t'aime“-Papa Serge, sondern eine Chansonnière mit hippen Folkrythmen. Alternative Musik erfindet sich jung. Kesser Sound. LF

IRM, Charlotte Gainsbourg; Because Music; Alternative; Dezember 2009; 1 CD; 18,98 Euro; iTunes-Download (mit Video „Heaven can Wait“); 11,99 Euro



JAZZ-UP KLAR-STIMME

Es müssen nicht brandneue Stücke sein, um mit Melody Gardot einen hinreißenden Outdoor-Jazz-Sommer an den Sandstränden der schwedischen Gotland-Inseln, der Côte d'Azur oder wo auch immer zu verbringen. Ihr Album „My One And Only Thrill“ lohnt das Wiederhören der von allem Norah-Jones-Schmalz befreiten Klar-Stimme des Jazz. Sie hypt nicht ein Album nach dem anderen in den Markt. Ihre Stücke reifen in der klanglichen Einzigartigkeit der Gardot. Der klirrend reine Stimmkörper in „If The Stars Were Mine“ oder das kraftvoll-volumige Timbre in „Your Heart Is As Black As Night“ lassen Nächte hell erklingen und Tagträume elegant am Himmel flanieren. NG

MY ONE AND ONLY THRILL, Melody Gardot; Universal Classics & Jazz; April 2009; 1 Audio-CD; 14,27 Euro; iTunes-LP-Download; 13 Songs, 9,99 Euro



VICTORINOX
SWISS ARMY



DIVE MASTER 500 BLACK ICE CHRONO

Swiss-Made Quarz-Chronographenwerk • Erlaubt 1-Sekunden-Kurzzeit-Messung bis zu 12 Stunden • Zentrale 60-Sekunden- und 60-Minuten-Zähler • 43 mm Edelstahlgehäuse (316L) mit Black Ice PVD-Beschichtung • Extra starke Gehäusekonstruktion mit einem 3 mm dicken Saphirglas • Einseitig drehbare Lünette mit lumineszierendem 20-Minuten Indikator • Geschützte und verschraubte Krone und Drücker • Verschraubter Gehäuseboden • Wasserdicht bis 500 m (50 ATM) • Kratzfestes, dreifach beschichtetes und entspiegeltes Saphirglas • Überdimensionierte lumineszierende Zeiger- und Stundenmarkierung • Swiss-Made Kautschukarmband • 3 Jahre Garantie • Ref. 241422

Inspiziert von der Einzigartigkeit des Original
Swiss Army Knife, Ihr Begleiter für's Leben.

Tel: 07751 897 152
info@victorinoxswissarmy.com

www.victorinoxswissarmy.com



A new dimension in TV

Erleben Sie den ersten 3D LED TV der Welt



Sie müssen es erleben, um es zu glauben: Mit perfekt abgestimmten 3D-Geräten präsentiert Samsung das erste dreidimensionale LED TV Fernseherlebnis für Ihr Zuhause. Für Bilder, so nah an der Realität wie nie zuvor. Mehr Informationen unter: www.samsung.de/3d



TURN ON TOMORROW