

HERBST WINTER

2009
2010

copyright by comma

Ich freu' mich drauf

www.galeria-kaufhof.de

 GALERIA
KAUFHOF

München | Am Marienplatz



www.taifun.de



Verehrte Damen und Herren, liebe Kunden,



in dieser Ausgabe des Herbst-Winter-Journals der Galeria Kaufhof am Marienplatz wird mir die Ehre zuteil, Sie begrüßen zu dürfen. Mit diesem Haus und seiner Geschäftsleitung verbindet mich seit Jahren eine berufliche Zusammenarbeit, die vom ersten Augenblick an von einer unkomplizierten Herzlichkeit geprägt ist. Ich freue mich, schon wiederholt als Gast oder Jurorin am Galeria Fashion Award teilgenommen zu haben.

Doch unser Kaufhaus mit Herz, im Herzen der Stadt, trägt nicht nur mit diesem großzügigen Nachwuchspreis dazu bei, dass München sich den Titel der „Modestadt“ mehr und mehr zurückerobert. Ich bin weiß Gott kein Mensch, der ständig durch Modegeschäfte stromert. Doch schon so eine Rolltreppenfahrt quer durchs Haus (zum Beispiel von der unwiderstehlichen Fischtheke in der Galeria Gourmet in meine Lieblings-Abteilung mit den Haushaltswaren – meine heimliche Leidenschaft) genügt mir, um wahrzunehmen, wie brandaktuell die Sortimente in allen Abteilungen sind. Die Trachtenabteilung hat nicht nur zu Wiesnzeit, sondern das ganze Jahr über ein sehr repräsentatives Sortiment. Die Auswahl, die Ihnen dort präsentiert wird, bietet einen perfekten Querschnitt an Stilen und Preisen der besten Kollektionen.

Lust auf Fashion und Farben wird in der Galeria am Marienplatz prinzipiell nicht durch unnötige Trendhascherei geweckt. Hier ziehen einen kundenorientierte Übersichtlichkeit, gut ausgewählte Sortimente, Qualität und kompetente, freundliche Mitarbeiter in den Einkaufsspaß. Sogar männliche Shoppingmuffel – und davon habe ich so manchen in der Familie, kommen von dort zufrieden und bepackt nach Hause.

Meine Foxlhündin Heidi liebt es dagegen, einkaufen zu gehen. Man kennt uns beide schon – auch Heidi namentlich. Das weiß ich, seit sie das letzte Mal als verlorengegangener Hund ausgerufen worden ist. Peinlich! Heidi interessiert sich nämlich im Grunde ihres Herzens weder für Dirndl, noch für den neuesten Spargelschäler. Ihre Leidenschaft gilt – ganz unheimlich – den Würstchen. Und der Weg bis zu denen ist weit, wenn Frauchen sich irgendwo anders festguckelt hat.

Bis zu unserem nächsten Treffen an der Zamperlstation verbleibe ich

mit ganz herzlichen Grüßen
Ihre Lola Paltinger

- 4 Glänzen, nicht blenden!**
Frauen suchen das Besondere in diesem Modeherbst
- 7 Jacken und Mäntel**
Hüftlange Spencer, Cardigans und Dufflecoats
- 9 Kleider und Tops**
Beides ist zur engen Röhrenhose getragen topmodern
- 10 Rot ohne Reue**
Die ideale Farbe, um Akzente zu setzen!
- 13 Die schönsten Zeichen der Zeit**
Der neue Comma-Shop im 1. Obergeschoss
- 14 Hosen**
Die Beine werden wieder weiter
- 15 Der sympathischste aller S-Fehler**
Die unkonventionelle spanische Mode von „Desigual“
- 16 Skandinaviens große Klarheit**
Das dänische Label „b.young“
- 18 Für immer in Jeans**
Denim ist nicht mehr wegzudenken
- 21 Schön in jedem Licht**
Ijlal Weigand, Styling Coach der Galeria Kaufhof.
- 22 Vorsicht, scharf geschnitten!**
Business-Looks für den Herren
- 24 Achtung, Entspannung!**
Männer lieben es „casual“
- 26 Reine Männersache**
Taschen und andere Accessoires für ihn
- 28 Rhapsody in Blue**
Elegante Herbstaccessoires
- 29 Weniger schmückt mehr**
Die neue Kollektion von Emporio Armani
- 30 Im Himmel der Bayern geht es rund**
Neue Trachten-Trends nicht nur zur Wiesnzeit
- 37 In den Fußstapfen der Pioniere**
Die amerikanische Kultmarke „Red Wing Shoes“

NEUES AUS DER GALERIA GOURMET

- 38 Für übersprudelnde Temperamente**
„Fritz Müller“, ein deutscher Perlwein aus Rheinhessen
- 39 Das Getränk für alle Sinne**
Sommelier Hendrik Thoma über Sommerweine und das perfekte Glas
- 40 Lorenzos Öl**
Was das perfekte Olivenöl ausmacht
- 41 Rohes Vergnügen**
Der Apenninschinken aus Modena
- 42 Der Sternekoch und sein Stargewächs**
Alfons Schuhbeck revolutioniert mit Ingwer die Küche
- 43 Edel sei die Frucht**
Ganslosers Geiste: Die Kunst des Brennens
- 44 Schwermer für Schwärmer**
Baumkuchen und Schokoladentafeln aus Bad Wörishofen
- 45 Die schwarze Magie**
Pralinen von Wagner sind reine Handarbeit
- 46 „Ich habe viel Süßes im Kopf“**
Die Tortenfée Barbara Sedlmayr

IMPRESSUM

Eine Sonderveröffentlichung,
herausgegeben von Galeria Kaufhof am Marienplatz,
Kaufinger Straße 1 – 5, 80331 München, Telefon 089 - 2 31 85 - 0
Geschäftsführer: Reimund Baumheier
Redaktion/Produktion: Ludwig Rembold
Grafik: Michèle Hofmann, www.birdandtiger.com
Fotos: Galeria Kaufhof, Olaf Tamm,
Marken der Hersteller, iStockphoto
Druck: Burda Druck GmbH, Hauptstraße 130, 77652 Offenburg

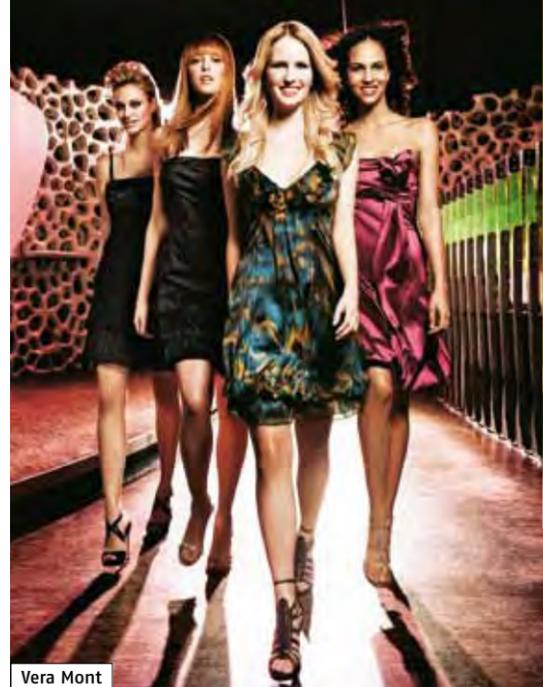
Glänzen, nicht blenden!

Das Besondere suchen die Frauen in diesem Modeherbst – Qualität ist dabei ebenso wichtig, wie die überzeugende Idee des Designers. Beides finden sie in der Galeria Kaufhof am Marienplatz



Die Trends auf einen Blick: Kleider und Karos, Karmesinröte und Kohlrabenschwärze, Kniefreiheit und Charakterstärke

Tuzzi



Vera Mont



Tuzzi



Vera Mont



Tuzzi

Die Zeiten sind bewegt, also reagiert die Mode in diesem Herbst und Winter wie andere Bereiche auch: Es wird auf Vertrautes sowie Bewährtes gesetzt, und über allem thront die Qualität. Trotzdem lassen weder Modemacher noch Modfans der Langeweile eine Chance! Immer mehr Frauen und Männer stellen sich aus interessanten Einzelteilen ihre eigenen Looks zusammen – das ist auch ein Trend, den unsere Chefeinkäufer der Galeria Kaufhof am Marienplatz immer deutlicher spüren. Dieses „Fashion Sampling“, die Freiheit, seinen eigenen Stil zu kreieren, sorg in dieser Saison für ungeübten Spaß an der Mode.

Die Suche nach dem „besonderen“ Stück, nach dem Kleid, das Pracht entfaltet ohne zu übertreiben, das glänzt ohne zu blenden – die ist dabei der Antrieb.

Die Farben wirken als Orientierungstützen in diesem Spiel mit starken Einzelteilen. Und dabei dominieren drei Farbschienen die Saison: Dunkle monochromatische Kombinationen, bei denen tiefe Schwarz-Blautöne eine Hauptrolle spielen. Dazu kommen grafisches Weiß oder Akzentfarben wie Smaragdgrün oder Granatapfelrot. Soft und luxuriös wirkt die zweite Schiene: Darin werden ebenfalls monochromatisch helle Steintöne in Grau-, Braun- oder Grün-schattierungen miteinander kombiniert. Prima lässt sich diese Farbstimmung vor allem in Strick, Jersey, weichen Flanellen und Veloursleder umsetzen.

Den Kontrast zu beiden Gruppen bilden lebhaft Multicolor-Ensembles. Vor allem neue Karo-Designs interpretieren traditionelle Vorbilder frisch und munter. Folkloristische Strickjacquards und warme Paisley-prints tun ein Übriges. Wohlfühl-Herbstfarben mit differenzierten Rotnuancen,

Braun- und Cognactönen, leuchtenden Gold- und Grün- Schattierungen sind naturverbunden und zugleich opulent.

Nah an der Natur bewegt sich auch die Renaissance der Strickmode, die schon in den vergangenen Saisons eingesetzt hat: Mit ihren entspannten Formen passt sie nämlich genau zum Gesamttrend der Mode: immer mehr hin zur lässigen, „casual“-Anmutung. Das gilt ebenso für die unangefochtenen Stars der Saison – die Kleider – wie für die Röcke. Beides sind die femininsten aller

Kleidungsstücke, und sie werden überwiegend kniefrei getragen. Sehr schmale Varianten gibt es da aus Jersey oder Strick. Karo oder sportive Flanellröcke gehören zu den bevorzugten Einzelteilen. Lederröcke sind topmodisch, aber auch solche aus Denim.

Womit wir bei der Jeans angekommen wären: dem verlässlichsten Fashion-Teil überhaupt. Die „Röhre“ wird weiterhin gebraucht – als Kontrast zu längeren oder legeren Oberteilen. Legere „Boyfriend“-Formen, die oft auch 7/8-lang sein dürfen, werden zwar

in vielen Modezeitschriften stark propagiert, doch der Galeria-Trendcheck sieht sie, wenn überhaupt, nur bei sehr jungen, sehr schlanken Kundinnen beliebt. Verkürzte, schmale Hosen spielen, allerdings aus ganz anderen Materialien – und oft kariert – auch im klassischen Damenbereich eine wichtige Rolle. Weite Bundfaltenhosen werben mit Allure für sich und werden mit schmalen, kurzen Oberteilen getragen.

Schottenkaros sind in puncto Muster der Haupt-Trend der Saison. Ob als klassischer Schottenrock, als Mantel oder Jacke. Die Modemacher holten sich ihre Inspiration von den schottischen Highlands, und dementsprechend zeigen sie das prägnante Linien-spiel häufig in Rot. Eine Farbe, die an grauen Wintertagen wunderbar Farbe ins Leben bringt. Ob als Kleid oder Mantel.

Auf die ewige Unfarbe Schwarz wollen die Frauen freilich trotzdem nicht verzichten. Sowohl schlicht als auch dramatisch interpretiert ist Schwarz immer wieder tragbar. Dennoch ein heißer, aktueller Tipp für alle, die gern ganz in Schwarz gehen und doch ihre Optik auf peppen wollen: Kombinieren Sie verschiedene schwarze Materialien miteinander: Satin und Baumwolle, Wolle und Spitze. Letztere ist ein zusätzlicher „Spitzen-trend“ in diesem Herbst und Winter. Und das bei weitem nicht nur in Abendroben. ●



FRANK WALDER

T U Z Z I



Bianca



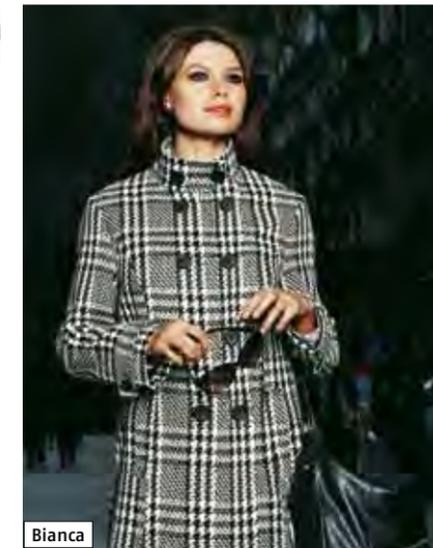
Bianca

Galeria Kaufhof 6 am Marienplatz



JACKEN **UND** MÄNTEL

Charakter zeigen! Das ist die Parole für Jacken und Mäntel in diesem Herbst. Nicht zu übersehen ist dabei der Trend zum Karo – und der kommt nicht von ungefähr. Es sind die Qualitäten einer britischen Bodenständig- und Beständigkeit, die von den Modemachern darin wiederentdeckt worden ist für Zeiten, in denen einem der kalte Wind um die Ohren weht. Und das auch im übertragenen Sinne. Hüftlange Spencer, Cardigans und Dufflecoats verströmen den selben Flair.



Bianca



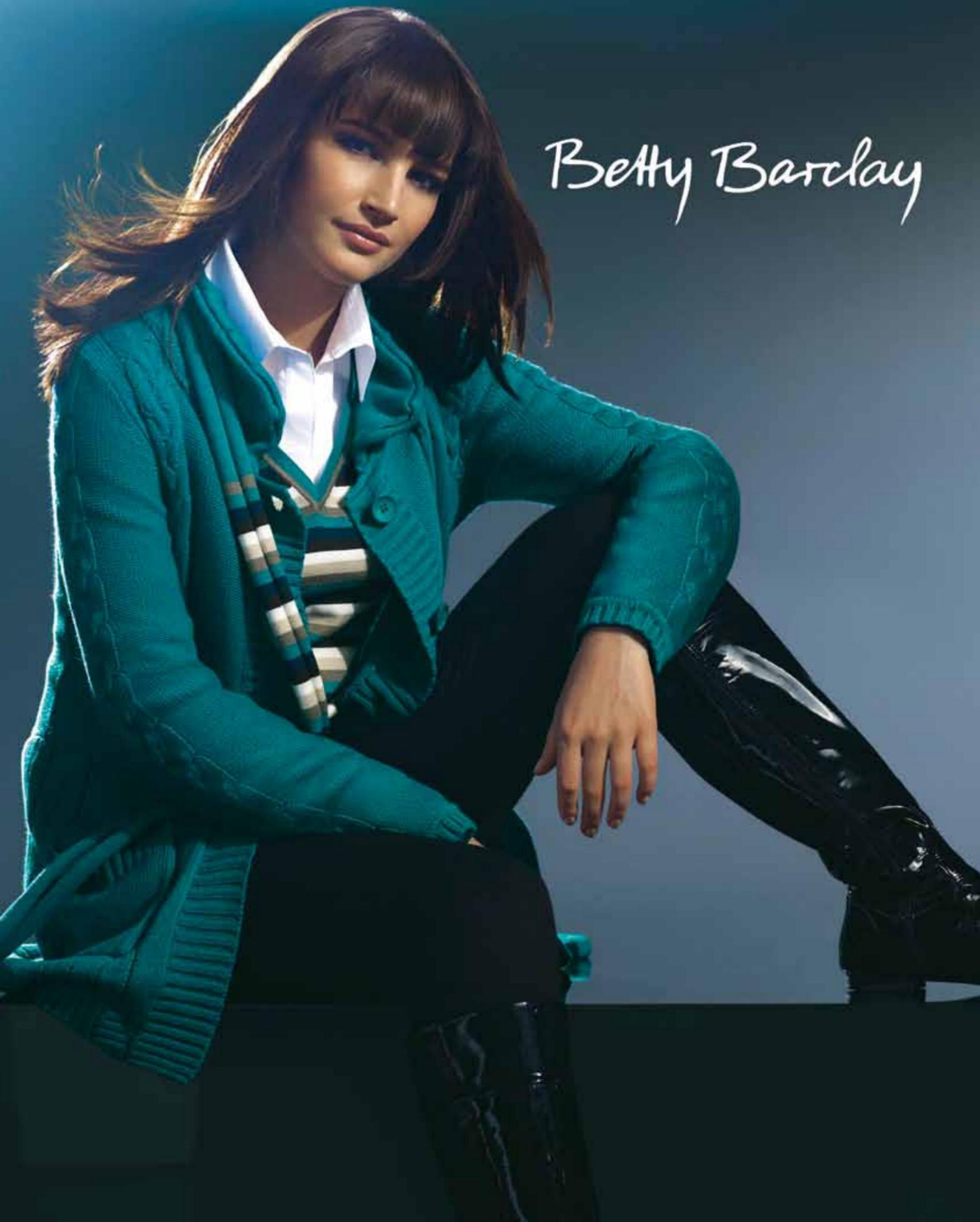
Taifun



Bianca

Galeria Kaufhof 7 am Marienplatz

Betty Barclay



Gil Bret



Tuzzi



Vera Mont



Taifun



Gil Bret



Vera Moda

KLEIDER **UND** TOPS

Heute lieber Top oder Kleid? Viele Frauen beantworten die Frage selbstbewusst: Beides in einem! Sie gehen kreativ mit dem Kleid um, tragen es klassisch solo und kombinieren dessen kurze Varianten wie Tops zu Röhrenhosen oder Leggings. Es gibt kein Kleidungsstück, das in diesem Herbst und Winter eine ähnliche Erfolgsgeschichte schreibt. Die Frauen haben die Unkompliziertheit der neuen Kleider in Verbindung mit blickdichten Strumpfhosen und Stiefeln entdeckt. Und die Designer sowie Galeria Kaufhof am Marienplatz bieten sie in ungekannter Vielfalt an: Mal puristisch streng, mal feminin drapiert oder dekorativ bedruckt und in jeder Kombination topmodisch – mit voluminösen Strickjacken, Lederjacken oder kleinen knappen Blazern. Ein Must.



Tuzzi



Rot ohne Reue

Um Akzente zu setzen, ist Rot die Farbe der Wahl. Sie begegnet einem in der Herbst- und Wintermode der kommenden Saison in vielen Variationen: sämtliche Beerentöne sind dann en vogue, und ein Accessoire in Rot ist nichts Geringeres als das Ausrufezeichen am Ende eines Satzes.



Je mehr Schwarz drumherum, desto dramatischer wirkt zum Beispiel ein roter Schal.
Taschen beide: Radley;
Stiefelette: Unisa;
Schal schwarz: Codello;
Schal rot: JL by V. Fraas;
Schal bunt: Kenzo;
Hut: Mayser;
Gürtel: Bergé



Ein i-Tüpfelchen in gedecktem Rot ist diese kleine Tasche von Guess

Ein eleganter Hingucker: Gürtel von Bergé



Magenta wirkt am besten in kleinen Dosen, wie bei diesem Schal von DKNY oder in Absätzen um dem heimlichen Innenleben dieser umwerfenden Highheels von Guess



Vera Mont



Besuchen Sie unseren neuen
comma Shop in der ersten Etage!

comma

comma Shop, Galeria Kaufhof, Kaufinger Str. 1-5, 80331 München



Ob zartes Kleid
im Bohemian Style,
das lässig und
romantisch ist...

Die schönsten Zeichen der Zeit

Der neue Comma Shop
im 1. Obergeschoss der
Galeria Kaufhof am Marien-
platz ist fertig.



...oder ein aufregend
schlichtes Business-
Dress: comma hat
für jede Lebenslage
ein passendes Outfit.



Business-Frauen schätzen die Mode von comma für ihre Stilsicherheit, ihren cleanen Look, der dennoch sehr feminin ist. Frauen, die sich gern casual kleiden, lieben comma für seine Vielseitigkeit. Comma steht für Erfolg, Selbstbewusstsein und Qualität, die Liebe zum Detail, feminine Silhouetten und die Leidenschaft für exklusive Materialien zeichnen den comma Look aus.

Und im brandneuen comma Shop im 1. Obergeschoss der Galeria Kaufhof am Marienplatz hängen schon die neue Herbst-Winterkollektionen von comma für die fashioninteressierte Kundin bereit. Sie zeigen all die reichen Facetten des Labels und wie kreativ es mit Trendthemen umgeht.

Von „New Bohemian“, einem Mix aus moderner Landlord-Optik und rebellischen Elementen über „Go East!“ – dem folkloristischen Feuerwerk aus Mustern, Materialien und Farben – bis hin zu „Sculpture“. Dieser klare Look setzt geradlinige Akzente.

Das bezaubernde Model Zuzana Gregorova – mit seiner Anmut und natürlichen Sinnlichkeit – verkörpert auf ganz selbst-

Alle Facetten der Frauen von heute auf den Punkt gebracht – das ist comma: Mode die Sinnlichkeit, Selbstbewusstsein und Stilsicherheit versprüht

verständliche Art den comma Look. Sie ist auch das Covermodel dieses Journals und auf der nebenstehenden Anzeige zu sehen.

Wie sehr comma am Puls der Zeit ist mit seiner Mode, zeigt schon eines: Es gibt jeden Monat neue comma Looks, die sich perfekt mit denen der Vor- und Folgemonate kombinieren lassen und somit unendlich viele Styling-Möglichkeiten bieten. Darüber hinaus hat comma anlassbezogene Mode im Repertoire: Cocktailldresses by comma sorgen für modische Highlights bei Festen, Hochzeiten oder eleganten Parties. Der comma Styleguide präsentiert jede Saison Kombinationsbeispiele, Trendinfos und Tipps zur Inspiration für die modeinteressierte Käuferin.



www.mac-mode.com

HOSEN

„Nach meene Beene is` ja janz Berlin verrückt, mit meene Beene hab` ick manches Herz jeknickt.“ Marlene Dietrich hatte so aufregende Beine, dass nicht nur Felix Hollaender für sie dieses freche Lied geschrieben hat. Nach ihren Beinkleidern wurde auch eine Hosenform benannt, die in dieser Saison wieder Furore macht. In allen Basic-Farben schmeichelt die Marlene-Hose und hext scheene Beene. Sie passt auch zum Trend, neben Denim wieder mehr Stoffqualitäten einzusetzen.



Tuzzi



Frank Walder



Taifun



Tuzzi

Galeria Kaufhof 14 am Marienplatz



Der sympathischste aller **S-Fehler**

Das unkonventionelle spanische Label „**Desigual**“ ist neu in der „Jungen Mode“ bei Galeria Kaufhof am Marienplatz

Der Name des katalanischen Modetags sagt eigentlich alles: Desigual. Dieses Adjektiv benutzen die Spanier, wenn sie ausdrücken wollen, dass etwas „nicht das gleiche“ ist, dass es anders, verschieden, wunderbar unkonventionell ist. Und dementsprechend sieht die Mode von Desigual auch aus: Sie unterscheidet sich deutlich von beliebiger Massenware, sie ist kreativ, farbenfroh, schwelgt in Mustern und Formen. Auch innerhalb der Kollektionen, die Designer von Desigual entwerfen, gleicht kein Stück zu sehr einem anderen.

Nicht von ungefähr steht zudem der spiegelverkehrte Buchstabe „s“ im Firmenlogo das Markenzeichen von Desigual. Er symbolisiert einen der wichtigsten Grundsätze des Firmengründers Thomas Meyer: die Modewelt auf den Kopf zu stellen. Der Schweizer Designer gründete das Label bereits 1984 in der katalanischen Stadt Barcelona. Mittlerweile gibt es die Kleider

von Desigual in rund 65 Ländern dieser Welt – in Deutschland sind sie trotzdem noch ein Geheimtipp. Jedoch einer, der sich schnell herumsprechen wird.

Galeria Kaufhof am Marienplatz nimmt die bunte Pracht von Desigual in diesem Herbst zum ersten Mal mit in sein Marken-Repertoire auf. Zu übersehen wird sie nicht so leicht sein in der Young-Fashion-Abteilung: Buntes Patchwork aus unterschiedlichen Stoffen ziert die Kleider, Mäntel und Tops. Kombinationen aus Blumentableaux und geometrischen Mustern wie auf einem Gustav-Klimt-Gemälde leuchten der selbstbewussten Frau auf Shopping-Feldzug entgegen, sowie radikale Farbarrangements: Grasgrün, Orange-rot und Lila passen ideal zusammen, wenn man sie nur entsprechend phantasiebegabt arrangiert.

Für die kalte Jahreszeit ist man in den vielen verschiedenen Mänteln von Desigual bestens ausgestattet. Man hebt sich

darin nicht nur vom November-Grau oder gleißenden Januar-Schneeweiß wunderbar ab. So kuschelig wattiert und gefüttert wie die Mäntel und Jacken des spanischen Labels sind, so gemütlich sind sie auch. Egal ob die Natur ruft oder man nach

Das Lebensgefühl der Hippies von Ibiza in modernes Patchwork gebannt: sexy, wild und farbenfroh

Sankt Moritz zur eleganten Pferdekutschensfahrt eingeladen ist! Gute Laune und lange Winterspaziergänge sind somit garantiert.

Und versprochen: Es gibt kein einziges Stück in der Kollektion, das nicht wenigstens ein Element besitzt, an dem das Auge des Betrachters auf der Stelle hängen bleibt!

Galeria Kaufhof 15 am Marienplatz



Skandinaviens große Klarheit

Der zweite neue Shop in der Abteilung „Junge Mode“ ist dem dänischen Label „b.young“ gewidmet

Das wird ein interessantes Kontrastprogramm in diesem Herbst: In der „Jungen Mode“ bei Galeria Kaufhof am Marienplatz gibt es zwei neue Pole. Auf der einen Seite wird da der neue Shop des spanischen Labels „Desigual“ mit seinem Überschwang an Farben und Formen stehen (siehe Seite 15). Und auf der anderen Seite der neue Shop von „b.young“. Das dänische Label hat alles in seinem Repertoire, was einer skandinavischen Modefirma alle Ehre macht: eine wohl balancierte Farbgebung, klare Designs, die modisch top

sind – aber nie exalziert, und hohe Qualität. B.Young wurde 1991 in Skandinavien gegründet und geht seither stets mit der aktuellen Fashion-Entwicklung. Aber auch langfristige Modetrends, wie die Wichtigkeit von Basics und Strick-Elementen in der Mode, nehmen die Designer von „b.young“ durchaus ernst. Dadurch entsteht in den „b.young“-Looks stets eine erfrischende Mischung, die allzeit up-to-date ist. In diesem Herbst und Winter 2009/10 reichen die Styles von „Sportiv“ bis „Bohemian“. Lässigkeit steht dabei – als ebenfalls typisch skandinavische Tugend – im Vordergrund. Schmale Hosen werden bei „b.young“ mit kreativen Tops und Tuniken getragen. Kleider zählen zu den absoluten Stars der Saison bei „b.young“. Mit Leggings oder über Röhren getragen, werden sie nicht nur „winterfest“ gemacht, sondern wirken so auch ungeheuer salopp. ●

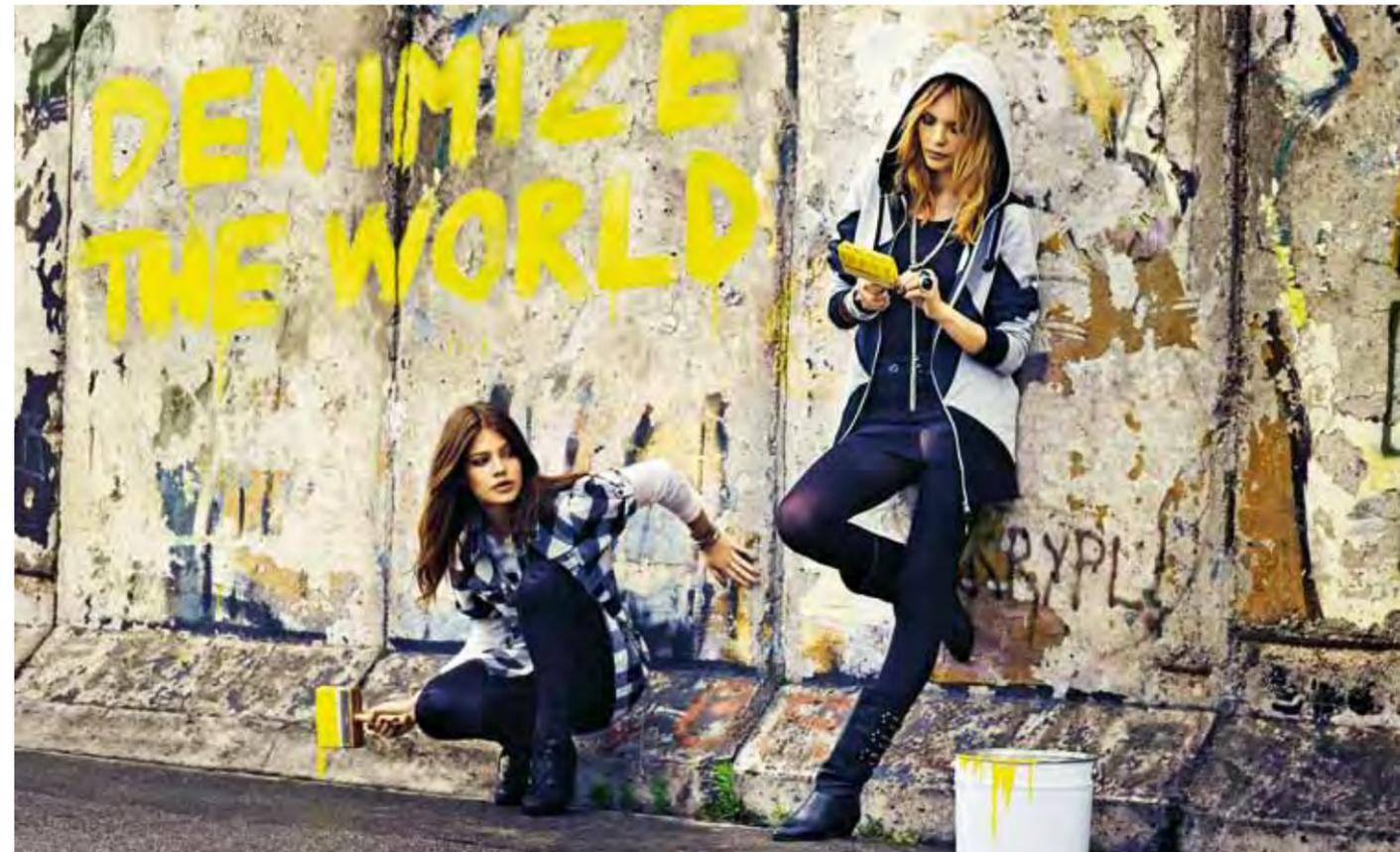
Galeria Kaufhof 16 am Marienplatz

Galeria Kaufhof 17 am Marienplatz





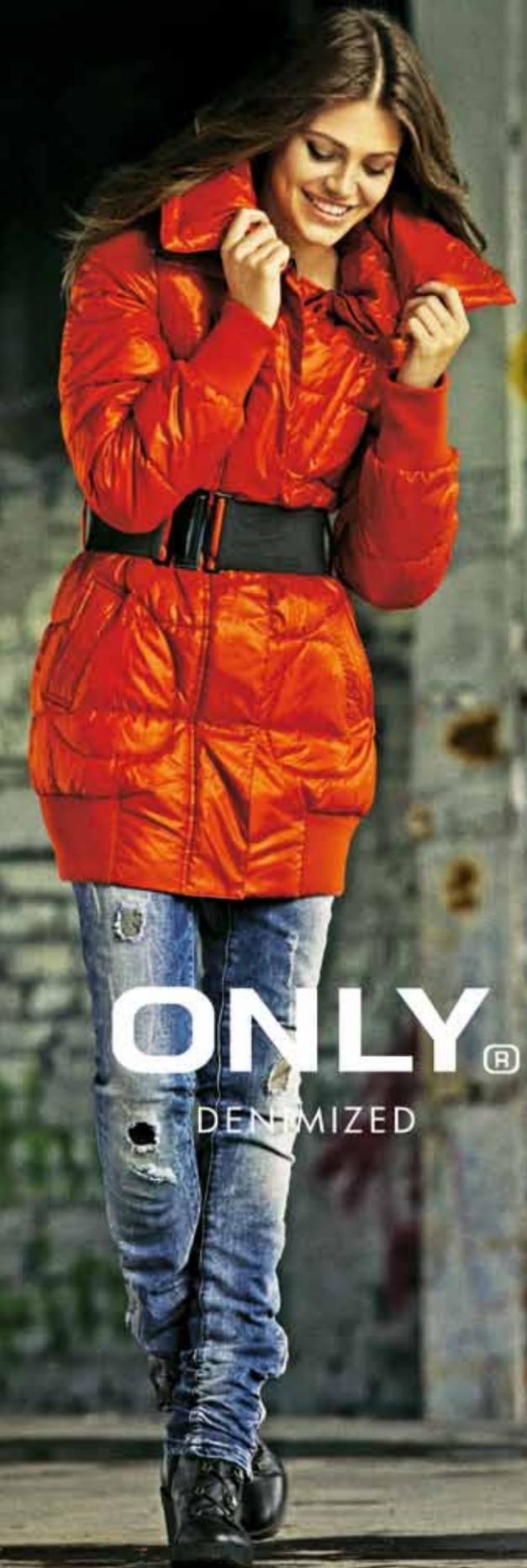
VERO MODA



Für immer in **Jeans**

Aus der Jungen Mode ist der Denim-Stoff nicht wegzudenken, neue Varianten lassen einen darin garantiert nie alt aussehen

Die Young Fashion darf und muss immer schon wenig vorausgucken: Was wird kommen, wenn die lila Laune vorbei ist? Derzeit ist sie noch der Renner unter den Farben der Herbstmode, doch die Beertöne und Zyklam sind ihr schon dicht auf den Fersen. Die Alternative heißt Petrol. Aber auch anderes Grün ist mit im Spiel. „Layering“, der Lagenlook bleibt auch in diesem Herbst und Winter topaktuell für jungen Frauen. Dazu unentbehrlich: die Röhrenjeans. In allen Denim-Qualitäten, Waschungen und mit unterschiedlichen Stretch-Anteilen ist sie im Angebot. Sie wird zu weiten bis superweiten Tops getragen, ist unter Tuniken die einzige Alternative zu Leggings. Die Tunika hat übrigens noch eine beachtenswerte Schwester bekommen in diesem Herbst: Die lange Bluse, aus zartem, fließendem Stoff. Auch die macht sich absolut großartig beim Lagenlook mit kurzem Sakko oder Lederjacke darüber. Beliebt und – wie ihr Name schon sagt – perfekt zum Winterstiefel, ist die Bootcut-Jeans. Dieser Dauerbrenner der letzten Jahre kommt noch einmal völlig neu zur Geltung, wenn man ihn mit einem Trendteil aus der Einzelstück-Liga kombiniert: Zum Beispiel einer (Fell-)Weste: Hippie-Hippie-Shake! ●



BOSS
HUGO BOSS

sienna miller for
**BOSS
ORANGE**
the new fragrance

www.bossfragrances.com



Schön in jedem Licht

Ijlal Weigand, Styling Coach der Galeria Kaufhof, gibt Auskunft über die neuen Make-up-Looks der Saison. Sie berät Kundinnen auch beim individuellen Termin

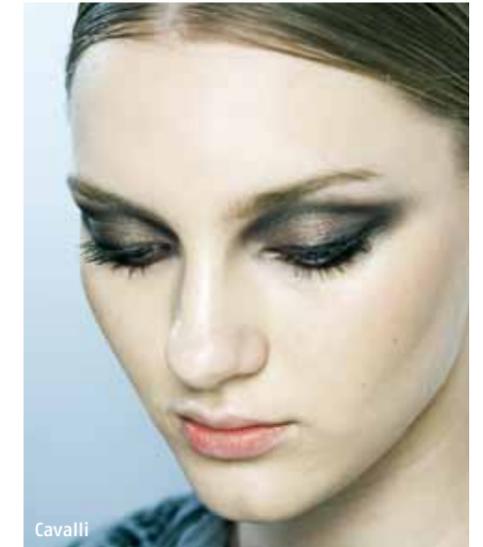
Filme sind ein großartiger Quell zur Inspiration. Das gilt für alle, die visuell denken; Modemacher und Visagisten gehören auch dazu. Deshalb erkennt Ijlal Weigand, Styling Coach der Galeria Kaufhof am Marienplatz, auch auf einen Blick, was hinter dem jüngsten Make-up-Look der Saison steckt: „Twilight – Bis(s) zum Morgengrauen“ hieß der Film, der im vergangenen Winter vor allem junge Frauen weltweit hingerissen hat“, sagt sie. Es handelt sich dabei um die romantische Verfilmung eines Bestsellers von Stephenie Meyer, die einen wunderbar zarten und zugleich geheimnisvollen Look für seine Protagonisten kreiert hatte: Moderne Vampire, die sich auch bei Tageslicht frei bewegen können und die eine wunderbar ebenmäßige Alabasterhaut besitzen, die in der hellen Sonne wie aus Diamanten glitzert.

Diese Idee des perfekten Teints ist der neuste Make-up-Trend. „Die Grundierung ist das A und O für ein Gesicht, so schön wie aus Porzellan“, sagt Ijlal Weigand, darauf wird dann jeder weitere Look der Saison aufgebaut, egal ob eher natürlich für tagsüber oder stark gestylt“.

Grau ist das neue Schwarz

Smokey Eyes sind immer noch IN, doch der neueste Schrei für den Look nach Sonnenuntergang heisst jetzt „Twilight Decadence“. Magischer Schimmer in pudrigen und grauen Rauchtönen wird dabei auf die Augenlider gezaubert – also einige Nuancen heller als das bisherige, tiefe Schwarz. Gloss und Öle sorgen für einen glänzenden „Wet-Eyelid-Look“. Nachttöne, Schokobraun und Lila garantieren den dramatischen Augenaufschlag.

Was die Lippen angeht, gibt es in diesem Herbst nur zwei Pole: Gezielt dezentes Beige oder kühn betontes Rot in allen Schattierungen. „Zusammen mit der blas-



sen, strahlenden Haut des Gesichts, ergibt so ein tiefes Weinrot oder auch ein mutiges Magenta eine unwiderstehliche Ausstrahlung“, sagt Ijlal Weigand. „Nach wie vor gilt jedoch, die moderne Frau betont nur eines von beiden sichtlich: Lippen oder Augen.“ Wer im Arbeitsalltag schlichter auftreten möchte, setzt am sichersten auf neutrale Hauttöne und einen Hauch von Apricot oder Rosé. „Es gibt viele Frauen, die wollen am liebsten einfach nur wie sie selbst aussehen“, erzählt Ijlal Weigand aus Erfahrung und schmunzelt: „nur ein bisschen besser“.

Als Styling Coach bietet sie in der Galeria Kaufhof am Marienplatz alles an, was dazu dienlich ist. Über die klassische Farb- und Typberatung geht sie dabei weit hinaus. „Ich biete Stil- und Make-up-Beratung an. Dabei gehe ich nie nach irgendwelchen Stereotypen wie 'Sie sind ein Herbst- oder Sommer-Typ' vor. Ich betrachte den Menschen als Ganzes. Die Art, wie sich jemand bewegt, wie er sich ausdrückt, welche Ziele er beruflich und persönlich verfolgt – all das gehört mit dazu.“

Die Kunden von Frau Weigand sind selbstbewusst, haben Ahnung von Mode und allem, was ihnen steht. Aber sie suchen nach einer Verfeinerung im Ausdruck ihrer Persönlichkeit.

Die aussergewöhnliche facettenreiche Ausbildung von Frau Weigand ermöglicht Ihr nicht nur als Stylingcoach zu arbeiten, sondern Sie ist auch die Personal Shopperin der Galeria Kaufhof am Marienplatz. ●



Service-Palette – Styling Coach

Stil-Beratung: 30 Minuten à 50 Euro

Farb- und Typberatung: 1 ½ Stunden à 125 Euro plus einen Warengutschein im Wert von 50 Euro

Make-up-Schulung: 1 ½ Stunden à 125 Euro

Alle Leistungen:

- sowohl für Damen als auch für Herren
- als Geschenk-Gutscheine erhältlich

Information & Termine:

Telefon: 089 / 231 85 678

E-Mail: personalshopper.019@kaufhof.de





Bugatti



J. Philipp



Roy Robson

„Wenn Du einen Jungen dazu bringen willst, Tanzen zu lernen, darfst Du ihm nichts über Anmut oder den Schwannensee erzählen. Du musst ihm Bewegungen beibringen, die ihn stark aussehen lassen. Wie einen Kämpfer, der alles ist: schnell, athletisch und die Kraft in Person.“
Wenn es darum geht, einem Mann Mode nahe zu bringen, dann halten sich die klugen unter den Designern unserer Tage an ganz ähnliche Regeln wie die Choreographen.

Ein energiegeladener, souveräner Auftritt – ohne überflüssiges Tutu, ohne falsche Angabe – das ist es, was Männer sich von der Herbst- und Wintermode dieses Jahres versprechen dürfen. Und das gilt übrigens nicht nur für die Sportswear, bei der es ja von Grund auf um körperliche Aktivität und mentale Coolness geht. Das hat ebenso seine Gültigkeit bei den aktuellen Outfits für die Geschäftswelt. Denn die neue Herrenmode zeigt Stärke sowie Klarheit. Und sie holt sich zu klassischen Basics, neue, lässige Begleiter.

Damit die sogenannte Formalwear im Herbst 2009 nicht allzu förmlich gerät, bauen die Herrenmodemacher auf einen einfachen Kniff – sie kombinieren zwei Extreme: Scharf geschnittene Anzüge benutzen sie als Basis, und dazu setzen sie softe Ergänzungen. Was man sich darunter vorzustellen hat? Das kann ein leichter Cardigan sein, der unter dem akkuraten Sakko getragen wird wie eine Weste – und eben doch als das ganze Gegenteil von deren Strenge. Das kann aber auch lediglich eine Strickkrawatte sein, die dann zum Hemd mit kleinem Button-Downkragen angelegt wird.

Wäre so ein Outfit ein Hollywoodfilm, man könnte das Prinzip beschreiben wie folgt beschreiben: Der Anzug ist der Star, das Strickteil dessen „Sidekick“, der gute Kumpel an seiner Seite. Nur gemeinsam sind sie wirklich unschlagbar – wie Terrence Hill und Bud Spencer oder wie die Münchner Tatortkommissare Batic und Leitmayer.

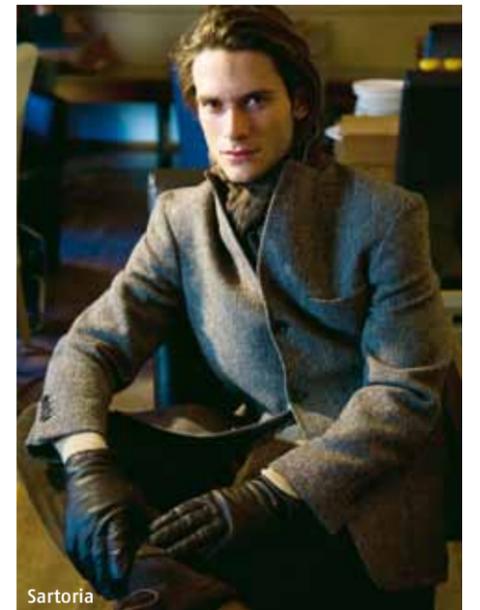
Vorsicht, scharf geschnitten!

Letztere beiden Herren gehören freilich zu jener Gruppe von Männern, die nicht gezwungenermaßen im strengen Businesslook ihrer Arbeit nachgehen müssen, die aber im Anzug oder dessen gelockelter Variante, der Sakko-Hose-Kombi, eine besonders gute Figur machen. Dieser Mischung aus klassisch und sportiv wird in den vergangenen Jahren eine immer weiter wachsende Bedeutung zuteil. Darin fühlen sich junge Männer ebenso wohl wie jung gebliebene. Die Sakkos zu diesem Look haben Details, die sie von Klassikern unterscheiden: Ellenbogen-Patches aus Leder, wie man sie sonst von britischen Landadeligen kennt. Oder – noch ein anderes modernes Zeichen von Understatement: Unterkragen aus Krawattenseide, die man nur sieht, wenn der Kragen hochgeschlagen wird.

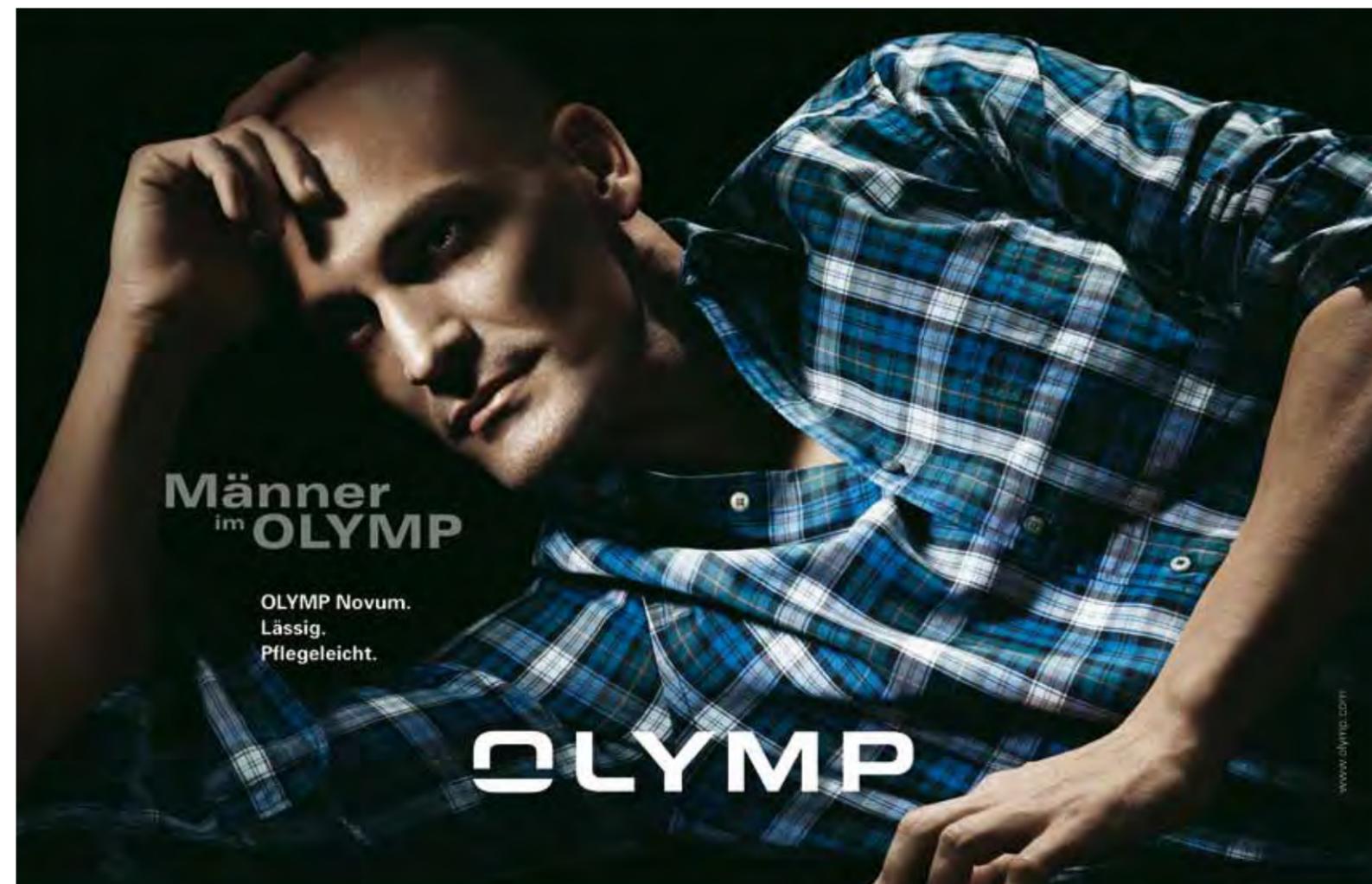
In solchen Elementen mischt sich Tradition mit Modernität. Was die verwendeten Stoffe anbelangt, sieht das bei Anzügen und

Blazern ähnlich aus: Die Qualitäten haben Volumen, sind aber leicht. Die Oberflächen der Stoffe fühlen sich warm an und wirken lässigerweise leicht angestoßen. Was deren Muster anbelangt: Die sind uni-nah und eben doch ein wenig lebendiger als einfarbig: Mikrodesigns, wie winzige Pepitas, verhaltende Checks, sprich Karos, und dezente Streifen bestimmen das Bild. Grau, Schwarz und Braun geben dabei den Ton an.

Die Hosen dazu entsprechen diesem Gesamtpaket: Schlichte Glencheck-Muster vermitteln dezente Retrochic. Bei der Schnittform meidet der Mann derzeit Experimente. Gerade sollte die Hose sein, aber keinesfalls zu eng. Neben den Denim-Jeans, die Männer nun mal ebenso lieben wie Frauen, gibt es aber auch viele neue Chinos zu entdecken, also Hosen aus Baumwollstoff. Die sind längst nicht mehr nur in khaki und beige zu haben! Zur Winterhose geadelt, stehen auch viele dunkle Farbtöne zur Verfügung.



Sartoria



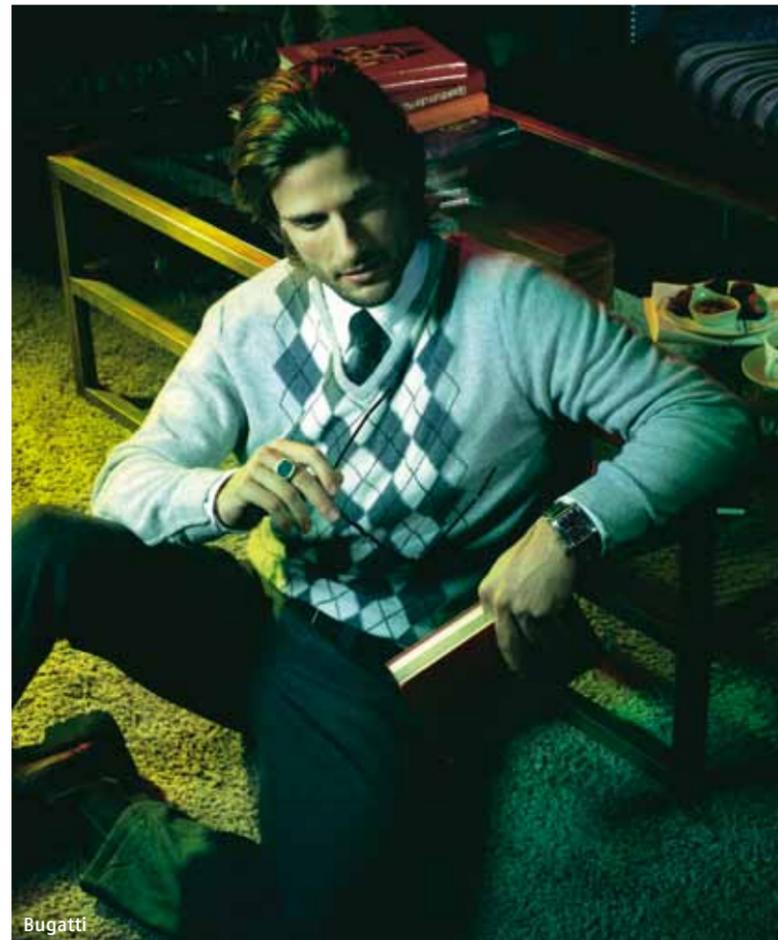
Männer
im OLYMP

OLYMP Novum.
Lässig.
Pflegeleicht.

OLYMP

www.olymp.com

bugatti



Bugatti



Bugatti



Roy Robson



Roy Robson



It's



Milestone

Achtung, Entspannung!

Lässig, unkompliziert, entspannt – das klingt geradewegs so, als würde jemand seinen perfekten Kumpel beschreiben. Und eben jene Attribute können in diesen Herbst und Winter 2009 auch für Mode gelten. Zumindest nach Feierabend – wo es der Löwenanteil der Männer „casual“ liebt. Weder Schnitte noch Stoffe dürfen den Mann in seiner Bewegungsfreiheit einschränken. Im Gegenteil, so manches Prachtstück aus der Sportswear eröffnet dem Träger sogar ungeahnte Möglichkeiten: atmungsaktive Membrane, wasserabweisende Beschichtungen und „intelligente Taschenlösungen“ – sprich mehr Taschen in einer einzigen Jacke als Gelegenheiten, die abgeholten Kinokarten für den Abend zu verbummeln.

„Funktion“ bleibt in dieser Beziehung das Zauberwort. Und in der kalten Jahreszeit ist die, logischerweise, vor allem dem Skisport entlehnt. Weil aber man aber auch Prima in der Großstadt „auf die Piste gehen“ kann, mischen sich diese beiden Welten in der modischen Sportswear der Saison zu einem Look. Das trifft federleichtes Techno-Nylon auf kernige, robuste Bauwollstoffe.

Das liebste Kind der Saison ist dabei die Daunenjacke. Die muss superleicht sein und trotzdem superwarm. Von früheren, schlichten Michelin-Männchen-Modellen unterscheiden sich die aktuellen zudem durch sehr markante, abwechslungsreiche Steppungen.

Freilich fallen bei den Jacken – von Daune bis Leder, das ebenfalls gefärbt wird – die intensiven Töne auf. Von klassischem Cognac über „Bottle Green“ bis „Purple“ reicht die Farbpalette. Sie ist so maskulin und trotzdem unkonventionell, dass sie auch „drunter“ zum Tragen kommt. Bei

den Hemden zum Beispiel. Die gibt es im Herbst in Beerentönen, die ebenso fruchtig wie frisch wirken: Kirsche, Erdbeere, Himbeere und Brombeere. Doch ist dabei selten uni gefragt; in der Karo-Variante – oder fürs Business in Streifen – und dazu schmal geschnitten sieht diese neue Farbwelt umwerfend aus. Männer, die weniger gern in gängigen Mustern denken, können sich ebenfalls freuen: die Paisleys sind zurück und bilden eine wahrlich phantasievolle Alternative.

Das aktuelle Must der Herrenmode zum Schluss: Wolle in allen Variationen! Roll-

kragenpullover in Naturweiß sind unverzichtbare Klassiker, Pullunder in gedeckten Farben ebenso. Nach längerer Pause wieder mit im Spiel – der Cardigan. Dieser Trend zur leichten, schicken Strickjacke zeichnet sich nun schon seit einigen Saisons ab, jetzt aber ist er unausweichlich. Dabei ist es egal, ob die Jacke überlang, slim oder mit aufgesetzten Taschen getragen wird. Deren Knopfleiste rutscht ein bisschen weiter hoch. Aber das heisst noch lange nicht, dass sich der Herr deshalb besonders zugeknöpft verhakten müsste...

RACER


OFFERMANN
Seit 1842

Reine Männersache

Taschen für Herren sind endlich, was sie schon immer sein sollten: Kleintransporter zum umhängen, körpernah und ohne jedes Schischi



Braun und lässig: Guess widmet dem Herren eine eigene Herbst-Winter-Linie, die maskulin wirkt und doch nicht auf unnötige Härte setzt. So geht Mann mit der Zeit.
Taschen: Guess;
Schal: Otto Kern;
Uhr: Calvin Klein



Schwarz und klar: klassische Herrenaccessoires von der Uhr bis zu den Stiefeletten im Budapester-Stil
Lederwaren: Offermann;
Stiefelette: Pierre Cardin;
Uhr: Marke Hamilton



Galeria Kaufhof 27 am Marienplatz

Samsnite

Life's a Journey

**INNOVATION
IN
LEDER**



Roeckl

www.roeckl.com



Mit verschiedenen Blau-
tönen spielen viele Accessoires
dieses Herbstes – von
der Guess-Tasche bis zur
It-Cap (Loevenich)

Ein Tuch so
fließend wie
ein Blütenmeer
(von Kenzo),
Handschuhe aus
feinstem Lamm-
Nappa-Leder
(von Roeckl)

Rhapsody in Blue

Bis in die Fingerspitzen elegant – wer sich die richtigen Accessoires aussucht, kann im Handumdrehen jeden erdenklichen Look erzeugen. Denn dieses aufregende kleine Beiwerk, macht jeden (Herbst-)Trend mit ohne es damit zu übertreiben: zum Beispiel Petroltöne, Karos und Blumenornamente.

Weniger schmückt mehr

Die neue Emporio-Armani-Schmuck-Kollektion aus Sterling Silber und Edelstahl verbindet klare Linien, feinste Strukturen und starke Materialien in einer tief empfundenen Eleganz.



Das Adlerlogo von Emporio Armani ziert den massiven Anhänger ebenso wie den Ring für den Herren.



Maskulin und cool ist der Edelstahl-Ring aus der neuen Schmuck-Kollektion.



Verspielt und modern zeigt sich das Charm-Bracelet für den Herren.

Der italienische Modezar Giorgio Armani ist einer der weltweit erfolgreichsten Vertreter seinerunft. Stars lieben seine Kreationen, und er versteht es, seine Designsprache auch in andere Bereiche zu übersetzen: in die der Accessoires zum Beispiel. Jedes seiner Produkte steht für einen tiefen Sinn für Ästhetik. „Weniger ist mehr“ gilt als sein Ideal. Dieses Ideal erkundet er auch in seiner Emporio-Armani-Schmuckkollektion. Deren Schlichtheit verleiht den Stücken eine eindrucksvolle Intensität und starke Persönlichkeit. Die Armbänder und Ketten, geschmeidig und perfekt gearbeitet, sind für Frauen wie Männern gleichermaßen chic.

Auch diese Saison präsentiert Armani wieder brandneue Modelle aus Edelstahl und Sterling Silber. Wild und lässig zeigen

sich die Styles für Herren. Etwa das kräftige Armband aus Edelstahl mit dicken, wuchtigen Gliedern: Es weist eine massive Platte auf, die mit dem Emporio Armani-Adlerlogo in schwarzem Lack strukturiert ist. Dazu passend gibt es einen Ring sowie eine Halskette.

Eine Begegnung von Stahl, schwarzem Lack, weißem Glas und Onyx

Die Kollektion für Damen stellt das Thema Art Déco in den Mittelpunkt. Auch hier wird die für Armani so charakteristische, elegante Kombination aus kühlem, weißem Stahl mit glänzenden Details aus schwarzem Onyx eingesetzt. Als Highlight

zeigt sich das Charm-Bracelet äußerst verspielt und modern. Es besteht aus einer Reihe an kleinen, runden Gliedern sowie Anhängern, die das charakteristische Emporio-Armani-Logo in verschiedenen Elementen aus Stahl, schwarzem Lack, weißem Glas und Onyx interpretieren.

So befinden sich neben einem ausdrucksstarken, großen Schlüssel auch eine kreisrunde Scheibe mit Streifen aus schwarzem Lack sowie ein Würfel – beides mit Glassteinchen besetzt. Einen weiteren Höhepunkt der Kollektion stellt der siegelartige Ring aus Sterling Silber für Damen dar (Abb. links oben). Ein voluminöser ovaler Stein aus grauem Perlmutter ziert ihn. Zusätzlich ist der Emporio-Armani-Schriftzug auf der Seite des Ringes zu lesen.



Im Himmel der Bayern geht es rund

Das ganze Jahr über erfreut sich die Trachtenabteilung in der Galeria Kaufhof am Marienplatz großer Beliebtheit. Aber wenn die Oktoberfestzeit naht, dann dreht sich hier (fast) alles nur noch um das eine: das perfekte Dirndl

Es ist die Münchner Wiesn selbst, die in den vergangenen Jahren die Welt des Dirndls vollkommen revolutioniert hat. Was vor rund zwei Jahrzehnten sachte anfang mit dem Marketenderinnen-Look in Sackleinen und dem einen oder anderen, vereinzelt Gaudi-Dirndl, dass keck die Ausgelassenheit seiner Trägerin signalisierte, hat einen Erdbeben in der Trachtenmode zur Folge gehabt.

Heute gibt es, grob gesagt, vier verschiedene Typen von Dirndl. Jene wenigen, die dem Attribut „trachtenecht“ gerecht werden, die sich streng an der Überlieferung orientieren und hauptsächlich von Trachtenvereinen gepflegt werden. Jene, die

radikal auf jede strenge Vorgabe pfeifen und Kitsch-Bedenken mit witziger Geste hinwegfegen. Und eine dritte, immer stärker im Interesse der Kundinnen wachsende Gruppe: die der „Design-Dirndl“. Die kommen zwar von den traditionsreichen Wurzeln her, werden aber, stylish abgewandelt und verbinden Urbanität mit femininer Kleidsamkeit.

In der Saison 2009/10 lehnen sich deren Designer gerne mal an die Fifties an. Gelegentlich erinnern diese Kreationen schon einmal an große Filme mit Audrey Hepburn, Ava Gardner und wie sie alle hießen. Die vierte klare Stilrichtung unter den Dirndl ist verstärkt dem edlen Country-Style gewidmet. Und sie erfreut sich

rapide wachsender Beliebtheit; schließlich lässt sich ein entsprechendes Dirndl wohl am ausgiebigsten auch unterm Jahr – also auch in der Zeit bis zum nächsten Oktoberfest – tragen. Dieser Look vermittelt ganz klar den Flair eines wohlhabend-stilsicheren Landlebens. In Fachkreisen gilt er gar als „very british“: sehr sportlich, jagdlich, wetterfest.

Für welche der vier Stilrichtungen sich die Dirndlkäuferin auch entscheidet – und in der Folge häufig ebenso der Mann und Lederhosenträger an ihrer Seite – es gilt noch etwas wesentliches zu beachten: Das ist die bewusste Wahl der Accessoires. Nur wenn die stimmen, harmoniert auch wirklich alles. ➤



Trachten-Trends 2009 auf einem Blick

Lagen-Look: bestickte, transparente Stoffe liegen über kompakten, wie Seide oder Samt.

Spitze: bei Schürzen und an Dirndl-blusen extrem beliebt.

Modifarben: Violett, Pink und Zyklam erreichen auch den Trachtenlook.

Schnürungen: Reißverschluss ist und bleibt ein Stilbruch, Häckchen sind oft nur mit Helfer zu schließen, deshalb ist so ein „Gschnür“ aus Kettchen (dann gern mit Anhängseln) oder aus Satinbändern (in Kontrastfarben) eine super Alternative.

Vichykaros: sehen im Dirndlstoff wie beim Hemd für den Herrn gleichermaßen frisch aus.

Dessous: Das Darunter ist beim Dirndl extrem wichtig. Für das perfekte Dekollete gibt es bei Galeria Kaufhof am Marienplatz eine imposante Auswahl an speziellen BHs. Hersteller wie Triumph haben den Dirndl-BH mittlerweile zum Fashion-Item gemacht. Sie zeigen, dass viele der aktuellen Trachten-Trends wahrlich tiefer gehen: Spitze und Seidenbänder machen sich eben darunter auch ausgezeichnet.



Spieth & Wensky

Stickereien und Applikationen

Wer sich im Frühjahr bei der wichtigsten Messe der Branche, der Tracht & Country in Salzburg umgesehen hat, der konnte schon eine ganze Reihe von klaren Trends für diesen Herbst ausmachen.

Zum Beispiel fiel auf, dass der Lagen-Look nun auch voll und ganz beim Dirndl angekommen ist: Da liegen teils aufwändig bestickte und applizierte Transparenzstoffe über kompakten Stoffen, wie etwa changierende Seide oder samtene Oberteile. Bei Schürzen und Dirndlblusen wird beson-

ders viel Spitze verarbeitet in dieser Saison. Unterröcke aus Baumwolle mit Spitze, die den kurzen Dirndlröckchen wippenden Stand verleihen und am Saum hervorblitzen.

Die unübersehbaren Modifarben der Saison sind auch im Trachtenkosmos angekommen: Violett trifft dort auf Schwarz, ebenso wie Pink und Zyklam. Aber auch Neon-Gelb springt ins Auge, Orange/Olive-Changeant schimmert bei jeder Bewegung mit. Weil sichtbare Reißverschlüsse in jeder Art von alpenländischer Tracht immer wie Fremdkörper wirken, die traditionellen



Spieth & Wensky

Hacken am Mieder aber oft nur mit Zofe zu schließen sind, setzt sich nun ein schöner Trend klar durch: Schnürungen am Dirndllatz, der dann oft zudem mit Strass und Glitzer besetzt ist. Hergestellt wird diese moderne Variante des klassischen „Gschnürs“ mit Kettchen (gerne mit Anhängseln) oder häufig mit Satinbändern, die in Kontrastfarben gehalten sind.

Was neue Muster in der Palette der Tracht anbelangt: Großzügige Vichykaros sind nicht zu übersehen. Die machen sich sowohl im Dirndlstoff wie im Hemdstoff



Hammerschmid

des männlichen Begleiters ausgesprochen frisch und munter.

Blumige Folklore

Aber nicht nur der Formenreichtum, auch die Designs frönen der Folklore: mit bunten Blumenmotiven à la Pannonische Tiefebene, Siebenbürgen oder Balkan – gestickt, gedruckt oder als bunte Borten angebracht, am liebsten auf Schwarz.

Die Avantgarde setzt in diesem Jahr allerdings auf Understatement: Dunkle Loden-dirndl mit hochgeschlossener „Oma-Bluse“ haben eine ganz eigene Formensprache. Und die steht ganz im Gegensatz zu den trägerlosen Corsagedirndl aus Samt und Brokat, die sich mit oder ohne Schürze tragen lassen.

Wer für Abwechslung an seinem Dirndl sorgen möchte, kann es im Handumdrehen aufpeppen: Mit eigens dafür erworbenen Mustermix-Schürzen. Die vertragen sich recht frech und überraschend harmonisch mit traditionellen Stücken vertragen.

Beim Thema Schürze ist der Übergang zum Komplex der Accessoires fließend. Besonders praktisch werden passionierte Wiesn-Gängerinnen empfinden, dass es nun immer öfter Taschen und Täschchen aus den gleichen Stoffen gibt, aus dem Schürzen oder das Dirndl selbst hergestellt ➤

„Ein Dirndl kann man nicht einfach tragen. Ein Dirndl muss man ausfüllen. Darin liegt die Pracht der Tracht.“

Susanne Hermanski



Topmodel Franziska Knuppe im Triumph Dirndl Zauber

Triumph

wurden. Freilich gibt es auch sehr viel auf-fallendere Exemplare: Minirucksäckchen mit aufgenähtem Plastiktier (wie sie bisher hauptsächlich in Kinderzimmern zu finden waren) zum Beispiel. Oder Beutelchen mit Rüschen, großen Schleifen und Troddeln, Pompadours, kleine Henkeltaschen mit Applikationen in allen denkbaren Farben, aus Baumwollstoffen oder Filz.

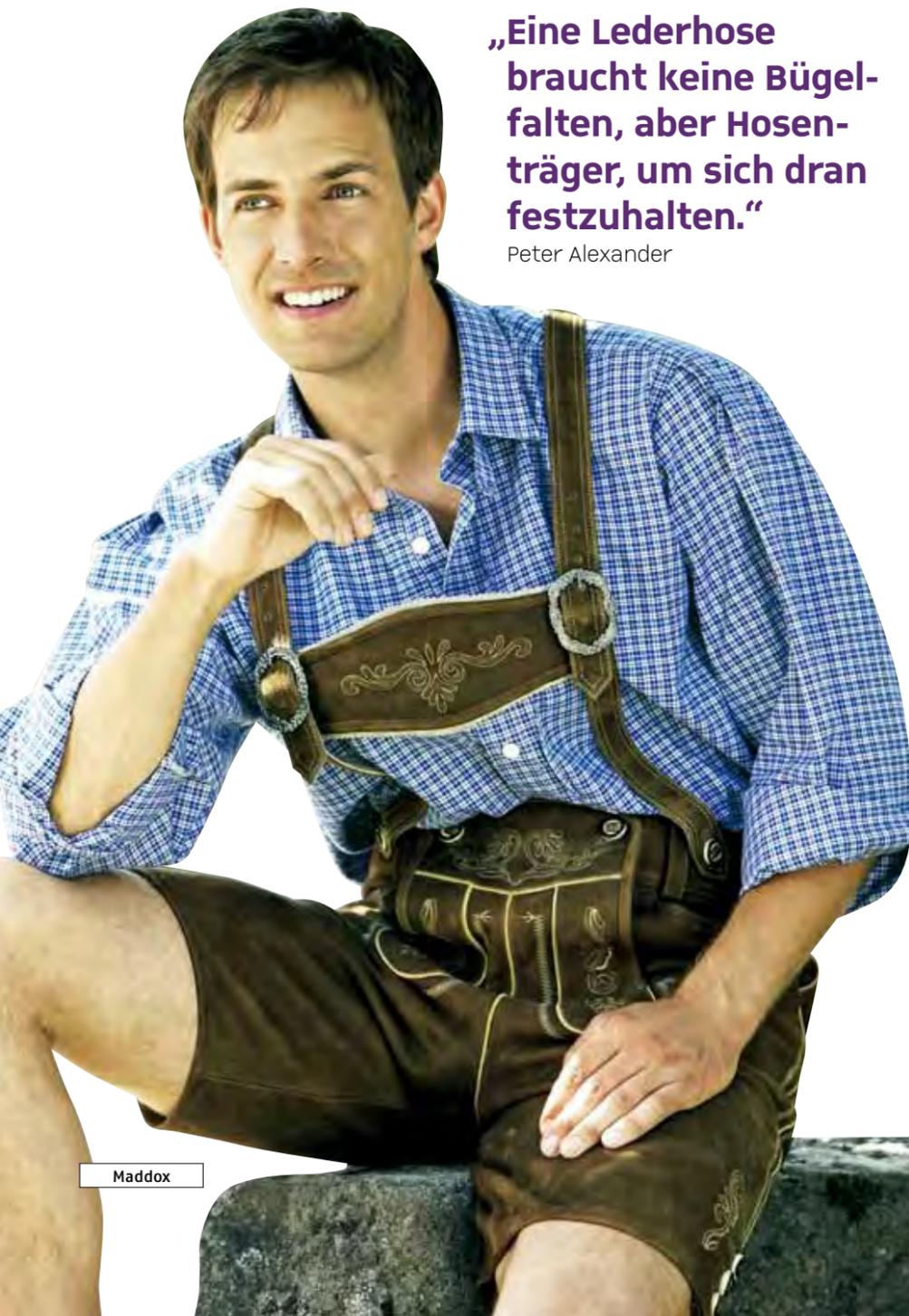
Andere Trachtenkleidung als das Dirndl ist dem Kunden in der Vor-Wiesn-Zeit oft weniger präsent. Dabei bietet sie ebenfalls unendlich viele Facetten, sich anlassgerecht zu Kleiden. Spezielle neue Dirndl-

jacken und Boleros gehören dazu; Leder-röcke mit alpinen Stickereiranken ebenso. Die sind leicht ausgestellt und in verschie-denen Längen auf der Messe zu sehen ge-wesen. Dazu passen die Herren mit ihren (fast) originalen „Kurzen“, als schlanke Bermudas, in Velours oder Glattleder aus-gezeichnet. Aber auch Kniehosen, in Leder, bestickt, sind eine aufregende Alternative für Herren und Damen.

Die Herrenmode entspricht ansonsten zeitloser Trachten-Eleganz, mit Joppen und Jankern. Loden und Samt mit Kontrast-paspeln. Gilets, also kleine Westen, sind

„Eine Lederhose braucht keine Bügel-falten, aber Hosenträger, um sich dran festzuhalten.“

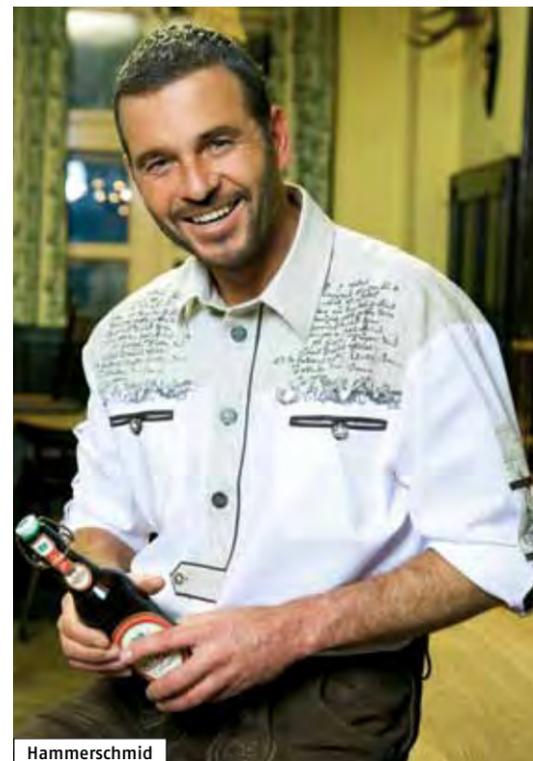
Peter Alexander



Maddox



Maddox



Hammerschmid



Maddox

auch unisex wichtig: ein- oder zweireihig geknöpft, mit Seidenbrokat im Vorderteil (auch hier wieder zurück: das Paisley-Muster). Bei Damen haben die Gilets 2009/10 oft üppige Schößchen im Kreuz. Oder sie sind so kurz, dass sie eigentlich eher unter der Bezeichnung Mieder laufen müssten. Und die sind so knapp bemessen, damit der Nabel vorgucken kann.

Die Herren lassen in sportlicher Version das Abenteuerium aufleben, von den „Auto-Pionieren“ der 1920er Jahre mit kuen, pelzverbrämten Flauschjacken oder Lederblousons und Karohosen, in Schnürstiefeln steckend. Mit Kappen, wie sie von rauen Gesellen der Pferderennbahn getragen werden oder mit breitkrempigen Hüten mit kühnem Schwung – ein Hauch von Western. Und von Freiheit und Aufbruchstimmung.

Pompadour und Jagdtaschen

Wie bereits erwähnt, spielen Accessoires in der Trachtensaison 2009/10 eine wichtige Rolle. Neben den niedlichen Dirndl-Tascherln stellte die Salzburger Messe auch Taschen aus geschektem Fell vor, aus Tweed oder gewachstem Canvas plus Leder, große Umhängetaschen und Reisetaschen auch für Herren in rustikalem Nubukleder. Dazu darf das wasserfeste Schuhwerk nicht fehlen: Stiefeln, für jedes Wetter tauglich. Schnürstiefel mit darüber geschnalltem Riegel sowie bestickte Holz-fällerstiefel beispielsweise. Lesen Sie dazu auch den Beitrag über Red Wing Shoes auf den Seiten 36 und 37.



www.alpina-eyewear.de

Ride the Powder

SCARA > IN-MOLD TECHNOLOGY
TURBO GT > QUATTROFLEX TECHNOLOGY

ALPINA
EYEWEAR & HELMETS

In den **Fußstapfen** der Pioniere

Red Wing Shoes bei Galeria Kaufhof am Marienplatz: Seit mehr als 100 Jahren stellt die amerikanische Kultmarke Schuhe und Stiefel für Leute her, die gern richtig anpacken

Wenn man nur hart genug dafür arbeitet, kann man alles, aber auch alles erreichen. Das ist die Quintessenz des amerikanischen Traums. An den hat auch der junge deutsche Immigrant Charles H. Beckman fest geglaubt, als er seinen ersten Job bekommen hat: In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, in Red Wing, einer kleinen, aufstrebenden Stadt an einer engen Biegung des Mississippi. Einige Jahre später hatte er sich bereits hochgearbeitet – zum erfolgreichen Schuhhändler mit einem Eckgeschäft an der Hauptstraße.

Er wusste, was die Menschen in seiner Stadt brauchten, die mit Landwirtschaft, im Bootsbau, mit Möbelherstellung, der Montage schwerer Maschinen oder auch im Steinbruch ihr Geld verdienten: ebenso robuste wie bequeme Schuhe. Schuhe, die Schutz boten, gegen Feuchtigkeit, Hitze, Staub und alles, was einem bei der harten Arbeit auf die Füße zu fallen drohte. Kurz Schuhe, die jedermann die nötige Sicherheit und das Standing verliehen, um seinem Traum ein Stück näher zu treten. Doch Beckman musste feststellen, dass es auf dem Konfektionsmarkt keine Schuhe gab, die diesen Ansprüchen genügten. Statt zu verzagen, tat er 1905, was man von einem Selfmade-Man erwarten kann: Er gründete gemeinsam mit sechs Partnern eine neue Firma, um die gewünschten Schuhe und Stiefel selbst fertigen zu lassen. Im Handumdrehen fanden sie zwanzig weitere Investoren für ihre Manufaktur. Bis heute produziert die „Red Wing Shoe Company“ in Handarbeit beste Schuhe und Stiefel. Dreifach-verstärkte Nähte,

Der Sprit aus dem die Helden sind



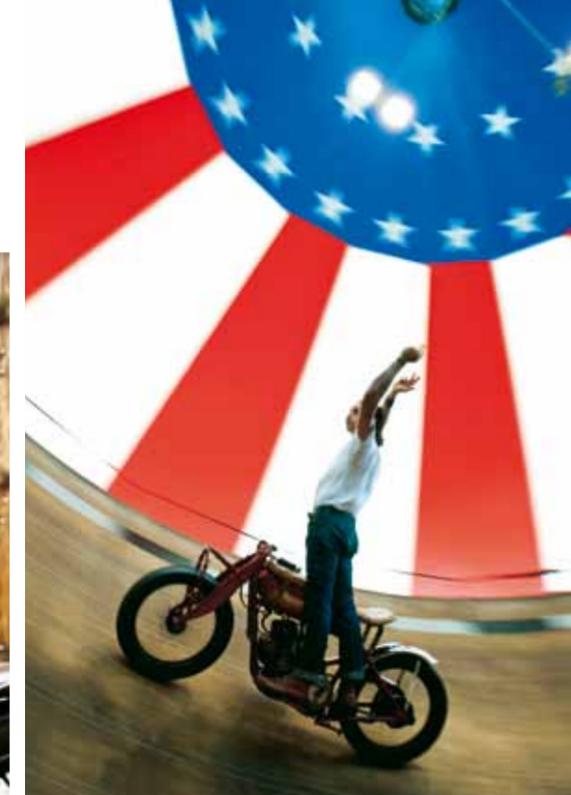
Ein neuer Bildband von Olaf Tamm setzt den Recken der Steilwand ein Denkmal. Auf der Wiesn wird er präsentiert, in Pitt's Todeswand von 1928, einer der ältesten „Wall of Death“, des Landes.

Seit einem ganzen Jahrhundert schon zieht dieser archaische, lärmende Nervenkitzel das Publikum in den Bann. Der Fotograf und Autor hat drei Jahre die waghalsigen Motorradakrobaten Europas begleitet und sein Buch „Wall of Death“ diesem einzigartigen Theater von Mensch und Maschine gewidmet. Unterstützt von RedWing stellt er das Werk am Donnerstag, 1. Oktober, 17.00 Uhr, stilecht auf dem Oktoberfest erstmals der Öffentlichkeit vor. www.samandfriends.de

Am Freitag, 2. Oktober, 16 bis 18 Uhr, signiert Olaf Tamm in der Galeria Kaufhof am Marienplatz in unserer Store-18-Abteilung (2. OG) seinen neuen Bildband.



Steilwandfahrer müssen sich zu 100 Prozent auf ihr Material verlassen können – das gilt für ihre Maschinen genauso wie für ihr Schuhwerk. Deshalb diente ihr Kessel dem Fotografen Olaf Tamm auch als ideale Location für das Shooting von Red Wing Shoes.



widerstandsfähige Leder und schier unverwüstliche Rahmen machen die typische Red-Wing-Qualität aus. Und das schätzen längst nicht mehr ausschließlich Arbeiter im klassischen Sinne, für die es bei Red Wing bis heute Modelle mit eingearbeiteten Stahlkappen und allerlei Sicherheitskomfort gibt.

Heute haben die Red Wing Shoes Fans auf beiden amerikanischen Kontinenten, in ganz Europa und in Japan ihre Fans. Viele Schauspieler und Popstars lieben die traditionsreichen Schuhe, die ihrem Träger auch in den modischen Spielvarianten wahre Standfestigkeit verleihen. In dieser Herbst-Winter-Saison bringt Red Wing

Shoes wieder neue Farben, Lederqualitäten und verschiedene Stofffutter auf den Markt. Die beliebte „Engineer“-Kollektion – sie geht zurück auf die Boots, die Anfang des 20. Jahrhunderts für die Lokomotivführer der amerikanischen Eisenbahn entwickelt wurden – wird von nun an auch mit einer neuartigen Korksohle erhältlich sein. Für Extra-Wärme gibt es erstmals drei Engineer-Styles mit feinem Wollfutter, hergestellt in den historischen Faribault-Wollmühlen, westlich von Red Wing. Dort verwendet man ausschließlich naturbelassene Merinowolle zur Produktion des weichen Stiefelfutters.



Für übersprudelnde **Temperamente**

Dieser Perlwein wird in Rheinhessen angebaut, heißt „Fritz Müller“ und begeistert garantiert nicht nur Lieschen Müller.



Frisch, fruchtig, anregend – „Fritz Müller“ hat alle Qualitäten, die man sich nur wünschen kann! Der junge Winzer Jürgen aus Appenheim Hofmann (Aufsteiger mit 2 Trauben im Gault Millau 2009) hat seinen Perlwein als unkomplizierte Erfrischung und deutsche Alternative zum Prosecco konzipiert. Fritz Müller, der Name lässt's ahnen, wird aus der deutschen Traditionsrebsorte Müller-Thurgau gemacht, die Hofmann so auf prickelnde Weise wiederbelebt. Neben Aromen von Grapefruit, Maracuja und Stachelbeere weist „Fritz Müller“ die für Müller-Thurgau typischen Noten von Muskat auf. Ob pur oder im Cocktail, am besten schmeckt er kühl, bei 8 Grad Celsius. ●

Der klassische Fritz

Fritz Müller on the rocks im Tumbler



Holler Fritz

2 cl Holundersirup mit Fritz Müller auffüllen und Minze dazu geben



Fritz Spritz

6 cl Fritz Müller
4 cl Aperol oder Campari
1 Spritzer Soda
Eiswürfel
1/2 Orangenschnitte



Das Getränk für **alle Sinne**

Master-Sommelier Hendrik Thoma über Sommerweine und das perfekte Glas

Sommerweine! Leicht sollten sie sein, dabei nicht zu kraftvoll und mit einer ansprechenden Frucht, die aus dem Glas nur so herausspringt. Eine knackige Säure dürfen Sie haben und damit eine angenehme Trockenheit auf der Zunge hinterlassen, die nach mehr schmeckt. Es lässt sich schon ziemlich gut eingrenzen, wie ein idealer Sommerwein zu sein hat. Die einzige Hürde, die genommen werden muss, ist die Gradwanderung zwischen anspruchslos und anspruchsvoll. Denn ein Sommerwein sollte zwar leicht und transparent sein, aber durchaus auch nach etwas schmecken.

Idealerweise greift man zum jüngsten Jahrgang. Dann duftet das hefig-weinige Bouquet am verführerischsten. Welche Weine eignen sich nun am besten? Deutschland hat ein moderates, kühles Klima, das ideal für das Abfüllen leichter Weine ist. Weißburgunder und Riesling fallen wunderbar spritzig aus. Selten anzutreffen, aber ein kleiner Geheimtipp, ist der Auxerrois, der vor allem in Baden angebaut wird. Köstlich delikat, fruchtbetont und erfrischend. Ein perfekter Wein zu Tapas und Vorspeisen.

Aber auch im Ausland gibt es hervorragende Weine. In Österreich zum Beispiel wird der Grüne Veltliner mit seinem ganz zarten „Pfeffer“ im Duft angebaut. Besonders im Weinviertel fallen sie leicht und duftig aus. Als Geheimtipp gilt nach wie vor die hochgelegene Steiermark. Hier fällt vor allem der Sauvignon Blanc mit seinem tropisch fruchtig explosiven Aroma auf.

Wer einmal abseits des Mainstreams spannende Begegnungen machen möchte, sollte sich auf die Suche nach dem seltenen Rias Baixas aus dem nordspanischen Galizien machen. Die feine Alvarinotraube, die hier kultiviert wird, gehört zu den wertvollsten Weinen der iberischen Halbinsel. Auch in der Region Rueda macht die Verdejotraube von sich reden. Ganz wunderbar ist, dass Weine von dort bezahlbar geblieben sind und mit ihrer einnehmenden Fruchtigkeit Weinliebhaber in aller Welt bezaubern.

Wichtig ist, dass der Tropfen gut gekühlt und natürlich im richtigen Glas eingeschenkt wird. Genau wie der Wein sollte das Glas unkompliziert sein. Dennoch muss es allen Ansprüchen genügen. Dabei lege ich Wert auf ein sich nach oben hin verengendes Glas, damit das Aroma optimal zur Geltung kommt. Das Farbspiel und die Brillanz des Weines müssen perfekt überkommen. Deshalb bevorzuge ich ein Glas ohne Schliff und Verzierungen. Wein ist ein geselliges Getränk, das ich am liebsten mit guten Freunden teile. Deswegen finde ich den Klang beim Anstoßen besonders inspirierend. Das faszinierende an diesem einzigartigen Getränk ist, das es alle Sinne anspricht. Das richtige Glas macht es zu einem unvergesslichen Erlebnis. ●



TEQTON®
Für mich das perfekte Glas!

Hendrik Thoma
Hendrik Thoma, Master-Sommelier



Silit

SILARGAN® - IM BRATEN EINE KLASSE FÜR SICH

Silargan® ist das ideale Material für die gesundheitsbewusste Ernährung. Es ist nickelfrei, – damit ideal für Allergiker – geschmacksneutral und antibakteriell.

Die besonders harte, keramische und porenlose Oberfläche ist nahezu unverwundlich, pflegeleicht, schneid- und kratzfest. Der durchgezogene Stahlkern und das dunkle Innenmaterial sorgen für optimale Gareigenschaften, auch bei hohen Temperaturen. Die Pfannen heizen sehr schnell auf. Die Energie lässt sich daher frühzeitig zurückschalten.

SILARGAN® – MEHRWERTE AUF EINEN BLICK:

- | | | | |
|---|--|---|--|
| Unverwundlich, schneid- und kratzfest. | | Extrastarker Stahlkern. Hervorragende Wärmeleitung. Energiesparend. | |
| Glanzbeständig, pflegeleicht und spülmaschinenfest. | | Nickelfrei – ideal für Allergiker. | |
| Für alle Herdarten. Magnetisierbar – garantiert geeignet für Induktion. | | Antibakteriell. Für die perfekte Hygiene. | |



Silit Ganz und gar genießen.

Galeria Kaufhof 39 am Marienplatz



Lorenzos Öl

Viele Olivenbäume auf dem Landwirtschaftsbetrieb Pianogrillo wuchsen dort schon im Mittelalter. Aus ihnen wird das extrareine Olivenöl gewonnen

Wie flüssige Seide, schimmernd und satt grün rinnt das Öl aus der Presse. Es duftet betörend nach grünen Tomaten, frisch geschnittenem Gras und einem Hauch von Artischocke. Seit Jahrhunderten gehören die Olivenhaine seiner Familie. Er hält das Erbe persönlich in Ehren und liebt dieses Land.

Das Gut des alten Adelsgeschlechts liegt in einer Ebene bei Chiaramonte, nahe Ragusa im Südosten Siziliens. Ganz in der Nähe hat es in der Antike eine mythologische Griechen-Siedlung gegeben: Akrille. Noch heute finden sich auf dem Grundstück Mühlsteine aus Lavagestein, die sich auf das 3. Jahrhundert nach Christus zurückdatieren lassen. Oregano, wilder Spargel, Kapernsträucher, Zitronen-, Orangen- und Mandelbäume wachsen zwischen altehrwürdigen Olivenbäumen. Zypressen und gewaltige Johannisbrotbäume umrahmen die grandiose Landschaft.

All diese wunderbaren Aromen liegen dort in der Luft, und wer einmal in den Genuss von „Lorenzos Öl“ kommt, wird sie wiederentdecken. Jede Olive wird hier von Hand gepflückt. In einem hervorragenden Jahr kann ein Olivenbaum bis zu 100 Kilo Oliven bringen, in einem kargen sind es gerade einmal 10 Kilo. Die Sorte, die in diesem Teil Siziliens besonders gut gedeiht, trägt den Namen Tonda Iblea. 100 Kilo davon ergeben gerade einmal 13 Liter gepresstes Öl. „Wie ist es möglich, dass man in den Regalen mit extrareinem Olivenöl Preise, die

von wenigen Euro für eine Literflasche bis zu mehreren Dutzend Euro für eine Halbliterflasche reichen, findet? Warum sind die Beschriftungen auf den verschiedenen Etiketten ähnlich oder identisch? Soll man sich für eine Literflasche, die 5 Euro kostet, oder für eine Halbliterflasche mit einem Preis von 15 Euro entscheiden?“

Doch verhält es sich beim Olivenöl längst wie beim Wein: Weine des einundselben Jahrgangs können je nach Lage oder Erzeuger das mehrfache eines anderen kosten. So ist es auch beim Öl. Die Pflege im Olivenhain, die Ernte von Hand, das Vermeiden von chemischen Spritzmitteln, das tagesfrische Pressen der Oliven, Ölmühlen, die so durchdacht sind, dass den Oliven nur der hochwertige Teil entzogen wird – all das sind Details, die den Unterschied ausmachen. Doch wie beim Wein sagt der Preis allein noch wenig aus. Nur in einem



v. l. Giovanni Longo, Galeria Kaufhof Geschäftsführer Reimund Baumheier und Lorenzo Piccione



Punkt kann der Kunde sich sicher sein: Öle mit unerhört niedrigen Preisen können schlichtweg keine Qualität bieten.

Viele Erzeuger gewinnen ihr Öl vollkommen korrekt und doch erlauben sie sich etwas, das vielen Konsumenten nicht bewusst und rein gesetzlich prinzipiell nicht verboten ist: Sie mischen andere Olivenöle aus ganz anderen Regionen, zum Teil gar aus anderen Ländern mit den ihren zusammen. So lassen sich auch riesige Mengen Öls unter einer einzigen Marke erklären.

Wie beim Wein sagt der Preis allein noch wenig aus. Nur eines ist klar: Öle mit unerhört niedrigen Preisen können schlichtweg keine Qualität bieten.

Was den Wein anbelangt, ist der Verbraucher in den vergangenen zwei, drei Jahrzehnten schon sehr viel überlegter und wissender geworden. Viele haben ihren Geschmack verfeinert, an Kursen sowie Verkostungen teilgenommen und sich mit Fachzeitschriften weitergebildet. Was die Welt des Öls angeht, sind wir erst am Anfang einer solchen Entwicklung. Doch die Phase des Lernens wird sich auch hier lohnen. Denn was die Menschen der Antike als heilsames Göttergeschenk verehrten, wissen wir heute wissenschaftlich zu belegen: Olivenöl zählt zu den gesündesten aller Lebensmittel. Und wenn er einmal an Lorenzos Öl denkt, wird ihm eine Flasche extra reines Olivenöl womöglich gar nicht mehr so teuer vorkommen, im Vergleich zu einer Flasche Wein, die schon nach einem einzigen Abend zur Neige gegangen sein dürfte.

Rohes Vergnügen

Der Apenninschinken aus Modena hat seine dezente Würze von der Luft



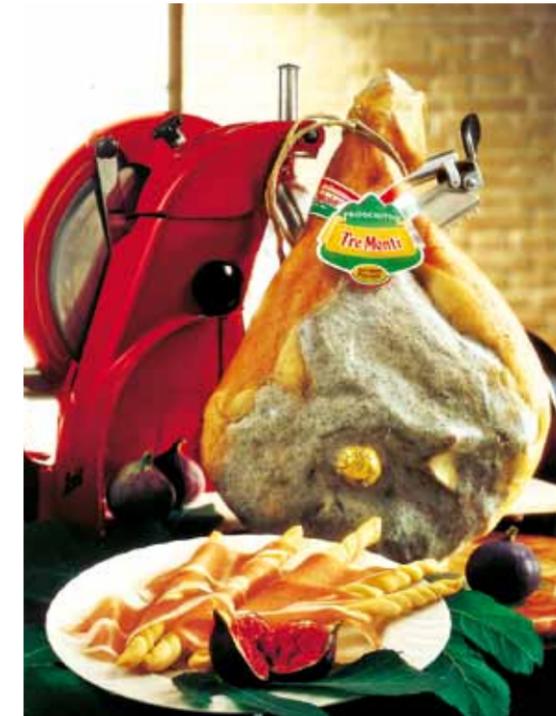
Gute Rohschinken gibt es viele. Man findet sie hier und dort, wo die Hersteller auf korrekte und tiergerechte Schweinehaltung Wert legen. Wirklich erstklassige Schinken aber wollen entdeckt werden. Bei ihnen kommt es auf mehr an: Die Qualität eines Schinkens der Spitzenklasse hängt längst nicht nur von der Güte des Fleisches ab, aus dem er besteht. Top-Schinken braucht viel Zeit. Und viel Luft. Am besten lässt sich das am Beispiel des Apenninschinkens aus der Region Modena beschreiben. In Samone, 800 Meter über dem Meeresspiegel, reifen 300.000 Schweineschinken in eigens dafür eingerichteten Hallen zu Schinken. Zwölf Monate lagern sie dort, ehe sie auf den Markt kommen.

Je nach Klima und Witterung werden die riesigen Fenster dieser Reifehallen geöffnet, um den rohen Schinken von der würzigen Luft des nördlichen Apennin umschmeicheln zu lassen, die entlang dem Fluss Pànaro weht. Solange die Fenster geschlossen sind, werden die Räume temperiert. Alles in allem herrschen aufgrund der geringen Luftfeuchtigkeit die idealen Bedingungen für das Gedeihen eines echten Feinschmecker-Schinkens. Aufgrund der klimatischen Umstände gehen die Hersteller sehr behutsam mit Salz um: Beim Pökeln brauchen sie nur geringe Mengen einzusetzen, die würzige Luft tut dann ihr Übriges. Dass der Schinken zart bleibt, ge-

währleistet eine Schmalzschicht, die verzierte Mitarbeiter in Handarbeit auf den nicht von der Schwarte umgebenen Partien auftragen. So behält er auch sein Aroma und seinen unverwechselbar dezenten Geschmack, den man als mild und dennoch ausdrucksstark, als eher süß denn als salzig beschreiben kann. Außen haben die abgehängenen Modena-Schinken die für sie typische Birnenform. Innen weisen sie ein lebhaftes Rot auf. Das Gewicht der Schinken variiert zwischen acht und zehn Kilogramm. Unter sieben Kilo kommt kein Apenninschinken auf den Markt.

Siegel des Hochgenusses

Womit wir dann doch beim Fleisch angelangt wären. Verwendet werden darf bei der Herstellung nur das Fleisch von Schweinen aus bestimmten Regionen Nord- und Mittelitaliens, wo die Tiere gezüchtet, gefüttert und geschlachtet sein müssen, damit der Schinken am Ende als Modena-Schinken zertifiziert wird. Wer in den vollen Genuss dieses einzigartigen Produkts kommen will, sollte es sich frisch aufgeschnitten mit Brot oder Grissini einverleiben. Wegen seiner Zartheit eignet sich dieser Schinken perfekt zum Verzehr mit Melone, Kiwis oder frischen Feigen. Die Kombination mit einem adäquaten Getränk fällt nicht schwer: Er passt zu jedem Qualitätswein und jeder Qualitätswein passt zu ihm.



Stilgerecht servieren

Wenn die Italiener Brotzeit machen, dann essen sie Antipasti. Und Schinken natürlich.

Damit die feine Würze des Apenninschinkens am besten zur Geltung kommt, wird er hauchdünn geschnitten. Mit Grissini, Oliven und allerlei Antipasti lässt er sich zu einem appetitanregenden Arrangement garnieren. Als flüssige Beigabe eignen sich kräftige Weißweine, denen sogar ein Hauch von Holz anhaften darf – Verdicchio zum Beispiel. Rotwein aus der Emilia Romagna rundet die perfekte italienische Brotzeit ebenfalls stilgerecht ab.

Würzige Luft: Am nördlichen Apennin reift der Rohschinken ohne viel Salz.



25
YEARS
OF EXPERIENCE

CERAMIC KNIVES

WWW.KYOCERA.DE

Der Sternekoch und sein Stargewächs

Gesünder essen: Alfons Schuhbeck hat mit dem Ingwer die Küche revolutioniert

Im Empfangsraum von Alfons Schuhbecks kleinem Reich am Platzl hängen viele Urkunden. Die Auszeichnung „Steirischer Kren“ zum Beispiel hat er erhalten, weil er auf regionale Produkte setzt. Im oberfränkischen Rehau wurde ihm die „Goldene Kartoffel“ verliehen, ein Preis, der an die Pionierdienste der Bauern von Pilgramsreuth erinnern soll. Sie hatten im 17. Jahrhundert als erste Mitteleuropäer im großen Stil



Kartoffeln angebaut. Keine Frage, ein Pionier ist auch Alfons Schuhbeck – nämlich als Wegbereiter der gesunden Küche: Der 60 Jahre alte Starkoch hat die Deutschen mit dem Ingwer vertraut gemacht. Und er versorgt sie mit Gewürzen, deren für Leib und Seele positive Wirkung kein Mensch mehr kannte. Inzwischen beschäftigt Alfons Schuhbeck sogar einen Mediziner! Dieser Arzt analysiert für ihn die einzelnen Gewürze wissenschaftlich und trägt die neuesten pharmakologischen Erkenntnisse aus allen Forschungsinstituten dieser Welt zusammen.



Bei ihren gemeinsamen Dienstbesprechungen ist immer wieder von Hildegard von Bingen die Rede, es schwirren Fachausdrücke wie „Antioxidation“ und „Helicobacter pylori“ durch den Raum. Die Herren diskutieren gerade über Ingwer: Die These, Ingwer helfe gegen Übelkeit, sei wissenschaftlich nicht belegt, sagt Dr. Peter Schnabel. Aber: Ingwer schützt die Magenschleimhaut, weil er nachweislich gegen das Bakterium Helicobacter wirkt, das für die Entstehung von Entzündungen der Magenschleimhaut und von Magengeschwüren verantwortlich gemacht wird. Alfons Schuhbeck hört interessiert zu und nickt – aus dem Fernsehen kennt man ihn so nicht. Jeder der beiden Männer hat ein Glas Wasser vor sich, in dem Ingwerscheiben schwimmen.

In der Galeria Kaufhof am Marienplatz gibt es Dutzende Schuhbeck-Produkte mit Ingwer. Angefangen bei geschrotetem Ingwer, Ingwer-Knoblauch-Salz und Ingwer-Orangen-Zucker über Ingwertee, Ingwer-Vanille-Tee und Chilisenf mit Ingwer bis hin zu Ingwer-Olivenöl und Gewürzmischungen, in denen Ingwer eine zwar unauffällige, aber tragende Rolle spielt, wie zum Beispiel Wildgewürz, Steak- und Grillgewürz, Café de Paris, Gulaschgewürz, Schmorbratengewürz und Sexgewürz sowie verschiedenen Currymischungen. Man kann davon ausgehen, dass es noch mehr Ingwer-Produkte werden. Alfons Schuhbeck experimentiert weiter.



Edel sei die Frucht

Ganslosers Geiste: Die Kunst des Brennens beginnt mit der Obsternte

Die Früchte sind Chefsache. Jede Lieferung nimmt Holger Frey höchstpersönlich unter die Lupe. Ob die Bauern aus der Gegend ihre Quitzen bringen, ob die Bio-Ingwerwurzeln aus Thailand für den neuen Gansloser Ingwergeist geliefert oder die Orangen aus Sizilien antransportiert werden, sie müssen reif sein und frisch – sonst schickt sie Holger Frey postwendend zurück. Mangelware kommt für seine edlen Obstbrände, Geiste und Liköre nicht in Frage. Im Gegenteil, die Anforderungen sind hoch: Früchte, die in der Gansloser Destillerie J.G. Frey in Bad Ditzgenbach verarbeitet werden, müssen bei Nacht oder zumindest bei kühlen Temperaturen geerntet sein, um Aromaverluste auszuschließen. Denn in der Mittagshitze können Früchte aufgrund der Sonneneinstrahlung an Geschmack einbüßen. Transportiert müssen sie in klimatisierten Fahrzeugen werden. Nur so lässt sich zuverlässig verhindern, dass sie nachreifen.

Im ersten Schritt werden die Früchte gründlich gewaschen und sorgfältig von unerwünschten Bestandteilen wie Stielen, Kernen und Blättern befreit. Dabei ist Genauigkeit gefragt, denn Nachlässigkeiten etwa beim Entsteinen werden mit einer unerwünschten bitteren Note bestraft. Wie aufwändig diese Arbeit ist, kann man ermessen, wenn man sich die Fruchtberge vor Augen führt, die zu verarbeiten sind: Im Durchschnitt stecken in einer Flasche Gansloser Erdbeerbrand rund 21 Kilogramm Erdbeeren, in einer Flasche Gansloser Ingwergeist sind es gut 4 Kilogramm thailändischer Bio-Ingwer. Vor der Gärung werden die Früchte zerkleinert, passiert und eingemaischt. Durch die Zugabe von Reinzuchtheffe wird die Gärung eingeleitet. Diese dauert, je



Cocktailkreation mit Ingwergeist Passion Ginger Gimlet (Shortdrink)

4cl Vodka Russian Standard
3cl Rose's Lime Juice
squeeze of Lime
1/2 Passion Fruit
1cl Gansloser Ingwer Geist
1cl Passion Fruit Syrup ©Maik Engel

nach Fruchtssorte, zwei bis sechs Wochen. Um auch in diesem Stadium unerwünschte Aromaverluste zu verhindern, wird die Fruchtmaishe schonend in temperaturgesteuerten Edelstahl tanks bei mittlerer Hitze zwischen 14 und 18 Grad Celsius gegärt. Bei der Destillation gilt es erneut, den natürlichen Fruchtgeschmack zu bewahren.

Deshalb wird die vergorene Maische bei Gansloser zeitnah abgebrannt. Holger Frey sagt, die wahre Kunst des Brennens besteht in der Fähigkeit, den Vor- und Nachlauf sauber vom Mittellauf zu trennen. Deshalb wird der Mittellauf in der Fachsprache auch als „Herzstück“ bezeichnet. Das Herzstück wird, abhängig von der Jahrgangsqualität und der Fruchtssorte, unterschiedlich lange im Glasballon oder im Edelstahl tank gelagert. Es wartet dort auf den Tag seiner Vermählung, den Moment, bei dem das Destillat mit reinstem Quellwasser der schwäbischen Alb, Schritt für Schritt, auf Trinkstärke verdünnt wird. Erst jetzt sind die Gansloser Edeldestillate vollkommen und werden von Holger Frey – wie es schon sein Vater getan hat – persönlich in die edlen Glasflakons abgefüllt. Seit 1905 werden die Geheimnisse der Destillation innerhalb der Gansloser-Dynastie von Generation zu Generation weitergegeben. Allerdings probiert Holger Frey immer wieder neue Tropfen aus: Jung ist zum Beispiel noch der Gansloser Ingwergeist, der sich auszeichnet durch sein frisch-würziges Bouquet aus der thailändischen Ingwerwurzel. Aufgrund seiner zarten Ingwerschärfe lässt er sich ideal als Harmonisierer während eines herzhaften Essens einsetzen. Zum Flambieren von rotem Fleisch wie Rind und Lamm für ein vietnamesisches Fondue ist er aufgrund seines intensiven Aromas prädestiniert. Zudem verleiht er sommerlichen Cocktailkreationen exotische Frische (siehe Rezept).

Die exklusiven Produkte dieser schwäbischen Destillerie werden in prämierten Spitzenrestaurants serviert, etwa im Tantris in München oder im Le Moissonnier in Köln. Solche Tropfen dürfen im Sortiment der Galeria Gourmet der Galeria Kaufhof am Marienplatz nicht fehlen. www.gansloser-destillerie.de

Richtig Degustieren

Um den wahren Kern eines Edelbrandes oder Geistes zu erforschen, bedarf es einer gewissen Erfahrung. Wenn man die folgenden Tipps beherzigt, erschließen sich hochwertige Edelbrände in ihrer ganzen Fülle.

LAGERN: Edle Spirituosen sollten lichtgeschützt und sauerstoffdicht bei 10 bis 20 Grad Celsius gelagert werden. Ist die Temperatur höher, so besteht die Gefahr, dass sich die feinen Aromastoffe nach dem Öffnen schnell verflüchtigen, da sie bei Hitze aufsteigen.

DAS GLAS: Von der Glasform hängt ab, ob die Geschmacksnuancen eines Edelbrandes richtig wahrgenommen werden können. Das Glas hat die Aufgabe, den Alkohol zurückzuhalten und die leichtflüchtigen Aromen freizugeben. Dazu gibt es spezielle Obstbrandgläser.

RIECHEN: Ein hochwertiger Obstbrand entfaltet – wie ein guter Rotwein – seinen vollen Duft- und Geschmacksreichtum erst nach einigen Minuten im Glas. Man sollte sich daher etwas Zeit nehmen, ihm Ruhe gönnen und dann die Düfte aufnehmen. Vom intensiven Anfangsgeruch von Obstbränden minderer Qualität darf man sich nicht blenden lassen.

TRINKEN: Die perfekte Trinktemperatur liegt bei 18 Grad Celsius. Damit beim Genuss eines Edeldestillats alle Sinne zum Einsatz kommen können, ist es ratsam, das Glas nur zu einem Sechstel zu füllen. Es wird schräg über eine weiße Oberfläche gehalten. So kann man sich perfekt von der Reinheit der Spezialität überzeugen. Im Anschluss führt man das Glas in Richtung Nase und erschnüffelt die Aromen der einzelnen Sorten. Danach nimmt man einen kleinen Schluck Edelbrand und lässt ihn über die Zunge gleiten. Der Edelbrand entfaltet sein charakteristisches Mundgefühl.

Schwermer für Schwärmer

Die besonderen Baumkuchen und Schokoladentafeln aus Bad Wörishofen



Als Henry Schwermer anno 1894 im ostpreussischen Königsberg ein Café eröffnete, stapften im Allgäuer Klosterdorf Wörishofen schon Tausende Kurgäste durch Becken mit eiskaltem Wasser. Die Kur des Pfarrers Kneipp war in voller Blüte. Wörishofen wurde berühmt. Währenddessen wuchs auch der Betrieb von Henry Schwermer – Königsberger Marzipan aus seinem Haus war bald weit über Ostpreußen hinaus gefragt. Für seine zart gearbeiteten Baumkuchen wurde Schwermer bei der Weltausstellung in Paris mit einer Goldmedaille prämiert. Was das eine mit dem anderen zu tun hat? Vor etwa 60 Jahren zog das Café Schwermer mit seiner Confiserie nach Bad Wörishofen um – und eine Urgroßnichte Sebastian Kneipps ist Prokuristin in der Leitung des Familienunternehmens.

„Wer Süßwaren anbietet, kommt an den Top-Produkten von Schwermer nicht vorbei“, sagt Thorsten Hohnheit, der Leiter der Galeria Gourmet in der Galeria Kaufhof am Marienplatz. Klassiker dieses Sortiments ist immer noch, auch 115 Jahre nach der Gründung durch Henry Schwermer, der Baumkuchen. Bei Schwermer wird er nach dem alten Rezept des Stammvaters in Handarbeit zubereitet. Die frische Baumkuchenmasse, die aus Butter, Ei, Mehl und diversen Gewürzen besteht, wird schichtenweise gebacken. „Große Baumkuchen sind neben ihren geschmacklichen Vorzügen sehr dekorativ“, sagt Thorsten Hohnheit, „Minibaumkuchen eignen sich perfekt als Geschäftsgeschenke.“ Noch neu auf der Angebotspalette von Schwermer ist Tafelschokolade. Das außer-

gewöhnliche Design verleiht den schlanken Rispen schon optisch eine Note von Eleganz. Bei der letzten Internationalen Süßwarenmesse in Köln erregten die Riegel aber auch wegen ihres zarten Geschmacks viel Aufmerksamkeit. Die Schokoladentafeln gibt es in 15 Geschmacksrichtungen, darunter klassischen Produkten wie Edelbitter, Vollmilch und Nougat, aber auch trendigen Versuchungen wie Pfirsich Melba, Marc de Champagne, Chili und natürlich Ingwer. Schokolade macht glücklich, heißt es. Die handgearbeiteten Pralinen von Schwermer machen glücklich. Ob Mascarpone-Blaubeer oder Rote Grütze – diese Trüffel sind Wellness für den Gaumen. Es hat sich also trefflich gefügt mit der Confiserie und dem Kurort, mit Schwermer und Bad Wörishofen. ●

Die schwarze Magie

Pralinen von Wagner sind reine Handarbeit – man sieht es und man schmeckt es

Kunst – ein weites Feld. Seit jeher zerbrechen sich kluge Menschen den Kopf darüber, wie sie Kunst definieren sollen. Es geht um Musik, Malerei, Literatur. Eben Dinge, die das Gehör, das Auge, den Geist ansprechen. An den Gaumen wurde bisher nicht gedacht, was man als Versäumnis bezeichnen muss, wenn man Harald Sander glaubt. Der stellvertretende Leiter der Galeria Gourmet in der Galeria Kaufhof am Marienplatz lässt keinen Zweifel daran, dass es sich bei den Pralinen und Trüffeln der Manufaktur Wagner um Kunst handelt: „Jede Praline ist ein individuelles kleines Kunstwerk. Das sieht man – das schmeckt man.“

Auf den kleinsten gemeinsamen Nenner gebracht, lässt sich nicht von der Hand weisen, dass Kunst unbedingt etwas mit Können zu tun hat. Das Brunsbütteler Unternehmen Wagner Pralinen gilt als einer der erfahrensten Hersteller hochwertiger Trüffel und Pralinen. Der Familienbetrieb wirkt bereits in der vierten Generation, der Urvater, Emil Wagner, gründete die Firma im Jahre 1891 mit einem Feinkostgeschäft. Von Generation zu Generation spezialisierte sie sich auf Süßwaren. Die Rezepturen für die Herstellung der edlen Pralinen wurzeln also tief im 20. Jahrhundert. Einem Grundprinzip sind alle Firmenchefs treu geblieben: Jede Praline von Wagner ist handgefertigt. Ohne Einsatz von Konservierungsstoffen und künstlichen Aromen werden die süßen Stücke tagesfrisch hergestellt. Denn die Produktionsmenge richtet sich allein nach dem Eingang an Aufträgen. Was dann aus edelsten Zutaten entsteht, durchläuft mehrere strengstens überwachte Produktionsabläufe. Das zahlt sich aus: „Die Pralinen von Wagner unterscheiden sich wesentlich von maschinell produzierten Industriepralinen“, stellt Harald Sander fest, der den Produktions-



„Individuelle Kunstwerke“: Wagner arbeitet seit Generationen mit höchstem Anspruch.

ablauf unter die Lupe genommen hat. Bei Industriepralinen, sagt Sander, werden in großer Stückzahl Schokoladen-Hohlkörper mit fließfähiger Masse unter Druck gefüllt, wobei Luftschlüsse das Volumen und den Geschmack nach kurzer Zeit verändern. Anders bei handgefertigten Pralinen: Hier umhüllt feinste Confiserie-Trüffelmasse einen Kern beispielsweise aus frischem Fruchtmarmelade. Zur Aromakonservierung dient ein hauchdünner Schokoladenüberzug, unterschiedliche Garnierungen geben den Produkten ein unverwechselbares Aussehen. Kunstfertigkeit ist bei den Mitarbeitern der Confiserie Wagner nicht nur in der Produktion gefordert. Auch in der Entwicklung neuer „Kunstwerke“ dürfen sie Kreativität walten lassen. So begegnet das Unternehmen mit regelmäßigen Innovationen dem Vorurteil, dass die Pralinenbranche ideenlos und eingestaubt sei. Den „Bitter-Boom“ bei Schokolade hat auch Wagner nicht

verschlafen und mit Chili gewürzt. Bei der diesjährigen Süßwarenmesse in Köln war Anis-Lakritz-Schokolade der Renner. Selbst vor Kreationen wie Amaretto-Mohn macht man bei Wagner, übrigens auch dem Erfinder der oft kopierten „Minitrüffel“, nicht Halt. Zu den Klassikern bei Wagner zählen unter anderem die Rumtrüffel „Ostsee“ und „Jamaika-Traum“ sowie die Weinbrandtrüffel „Nordsee“ und die „Pharisäer-Trüffel“. Im Sortiment dieser Confiserie stehen derzeit über 150 verschiedene Trüffel und Pralinen nach eigenem Rezept sowie ausgefallene Tafelschokoladen und diverse Weihnachts- und Osterartikel. Gefragt sind sie bei Kunden weltweit. Allerdings ist Wagner auch weltweit Kunde: Die eingesetzten edlen Ursprungsschokoladen werden direkt aus den Anbauländern der Kakaobohnen importiert. Die Milch freilich kommt von den glücklichen Weidekühen Schleswig-Holsteins. Harald Sander vertritt die Auffassung, dass sich die wertigen Zutaten geschmacklich bemerkbar machen. „Die Zutaten, die Kunst und die Liebe zum Detail machen diese Pralinen zur Top-Delikatess.“ ●

EINMAL PROBIERT...



...SCHON VERFÜHRT.

HANDGEFERTIGTE
SPEZIALITÄTEN FÜR
GROSSE MOMENTE...

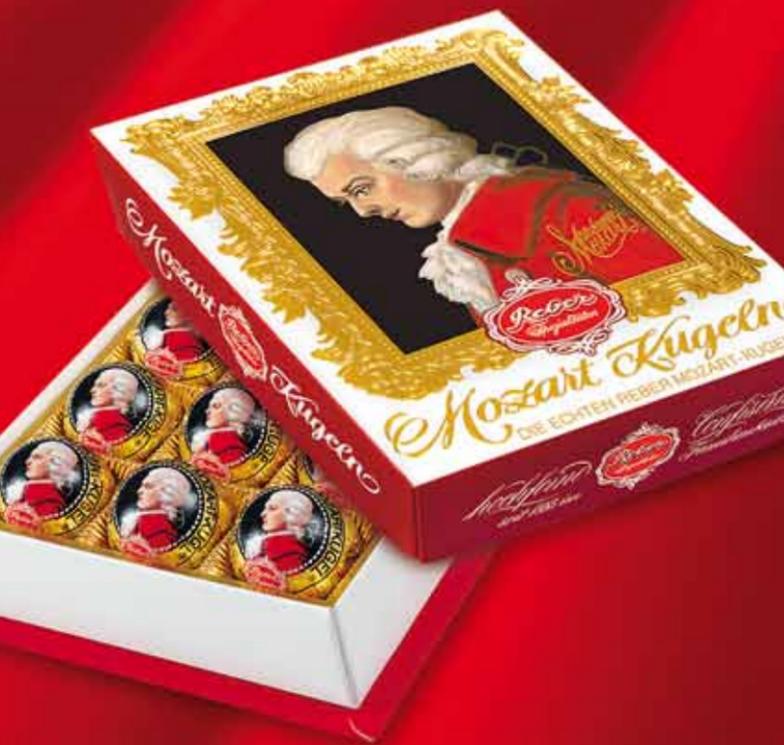
Bereits seit über 40 Jahren entstehen in der Lauenstein Confiserie - mit großer Leidenschaft und handwerklicher Sorgfalt - feinste Schokoladenspezialitäten mit unverkennbarem Geschmack. Mit weit über 100 verschiedenen Einzelpezialitäten bieten wir zu jeder Jahreszeit wahre Genussfeuerwerke für Menschen die einem besonders am Herzen liegen, für Anlässe, die es wert sind oder einfach nur zum selbst Genießen.

Gönnen Sie sich und anderen diesen wunderbaren und unvergesslichen Moment!





hochfeine Confitereien
seit 1865 im Familienbesitz



DIE ECHTEN REBER
Mozart Kugeln

allerfeinst gefüllt mit Pistazien-
Marzipan aus frischen, grünen
Pistazien, Mandeln, Haselnuß-
Nougat, umhüllt mit edler
Praliné-Chocolade.



„Ich habe viel Süßes im Kopf“

Die Tortenfée in der Galeria Gourmet: **Barbara Sedlmayr** hat die Torte neu erfunden – sowohl im Geschmack wie auch im Design. Oder haben Sie schon mal Pina Colada mit Kokosmousse in einem Sektglas-Sixpack serviert bekommen? Ein Interview in der Backstube, oder besser: im Atelier.



Frau Sedlmayr, verstehen Sie sich eher als Handwerkerin oder als Künstlerin?
Sedlmayr: Ich bin Konditormeisterin. Für mich zählt das eindeutig zum Handwerk. Warum fragen Sie das?

Nun ja, viele Ihrer Kreationen sehen einer Designer-Skulptur ähnlicher als einem Kuchen.

Sedlmayr: Torten! Wir machen Torten. Aber wenn Sie einen Kuchen wollen, bekommen Sie den natürlich auch. Nein, im Ernst: Als ich 1990 meinen Betrieb gründete, hatte ich nur ein Ziel. Ich wollte die verrücktesten und schönsten Torten rund um München zaubern. Wir wollten weg vom klassischen Sonntagnachmittags-Einerlei aus Schwarzwälder Kirsch und Schokosahne. Optisch, und vor allem auch geschmacklich. Wir sind anders, und darauf sind wir stolz.

Ihren Rang wird Ihnen inzwischen kaum jemand streitig machen. Alfons Schuhbeck empfiehlt sie.

Sedlmayr: Wir geben uns Mühe, immer neue und spannende Sachen zu entwickeln. Und wir machen es mit Leidenschaft, auch das haben wir mit Alfons gemeinsam.

Was heißt „Wir“?

Sedlmayr: Mein Team und ich. Angefangen habe ich allein. Mein Mann, der eine eigene Schreinerei führt, hat mich dazu ermuntert. Er meinte, ich soll in unserem Haus in Alling eine Backstube einrichten. Inzwischen sind wir zu zehnt.

Bilder links: Der Tortenfée fallen immer wieder neue Zubereiten ein – vom süßesten Dirndl aller Zeiten bis zum Dessert im Sektglas.



„Torten machen glücklich“: Die Konditormeisterin Barbara Sedlmayr und ihre Werke.

Wie entstehen neue Rezepte?

Sedlmayr: Im Geiste experimentiere ich sogar beim Autofahren, also ständig. Ich habe viel Süßes im Kopf. Manche Ideen probiert man dann einfach aus.

Und wie kommt man auf die Idee, eine Torte als Handtasche, Auto oder Big Mac zu gestalten?

Sedlmayr: Meistens sind das Kundenwünsche. Ich habe auch schon eine Zapfsäule gemacht, das Hochzeitspaar hatte sich nämlich an einer Tankstelle kennengelernt. Oder eine Cartier-Uhr. Weil der Kunde seiner Frau unbedingt eine Cartier schenken wollte, aber sich keine echte leisten konnte, ließ er sich die von mir machen. Oder Kunstwerke.

Warhol?

Sedlmayr: Nein. Ich habe ein Klimt-Gemälde gefälscht auf einer Torte. Mit Zuckerguss geht alles. Aber spätestens wenn die Torte angeschnitten ist, bin ich als Fälscherin aus dem Schneider.

In der Galeria Gourmet haben Sie jetzt „Desserts im Sektglas“ im Sortiment. Was muss man sich denn darunter vorstellen?

Sedlmayr: Das ist eine Neuentwicklung. Ideal zum Beispiel für Berufstätige, die ihre Kollegen mit einer Kleinigkeit verwöhnen wollen. Ich biete die mit Desserts gefüllten Sektgläser auch im Sixpack an. Da sind dann Kreationen wie Erdbeer-Trifle mit süßer Basilikumsahne, Pina Colada mit Kokosmousse oder Oma Sedlmayrs Milchreis & Pfirsich drin. Für diese Theke machen wir aber auch bravere Sachen wie Käsekuchen, Beeren-Obstkuchen und Bienenstich. Was nicht heißen soll, dass das langweiliger schmeckt.

So fit wie Sie aussehen, essen Sie selbst überhaupt keine Torten. Fällt Ihnen das schwer?

Sedlmayr: Von wegen. Und ob ich gerne Torten esse. Jeden Tag! Meine Torten machen eben nicht dick, sondern glücklich. ●

Die Tortenfée




VICTORINOX

Ich freu' mich drauf

www.galeria-kaufhof.de


GALERIA
KAUFHOF

München | Am Marienplatz