

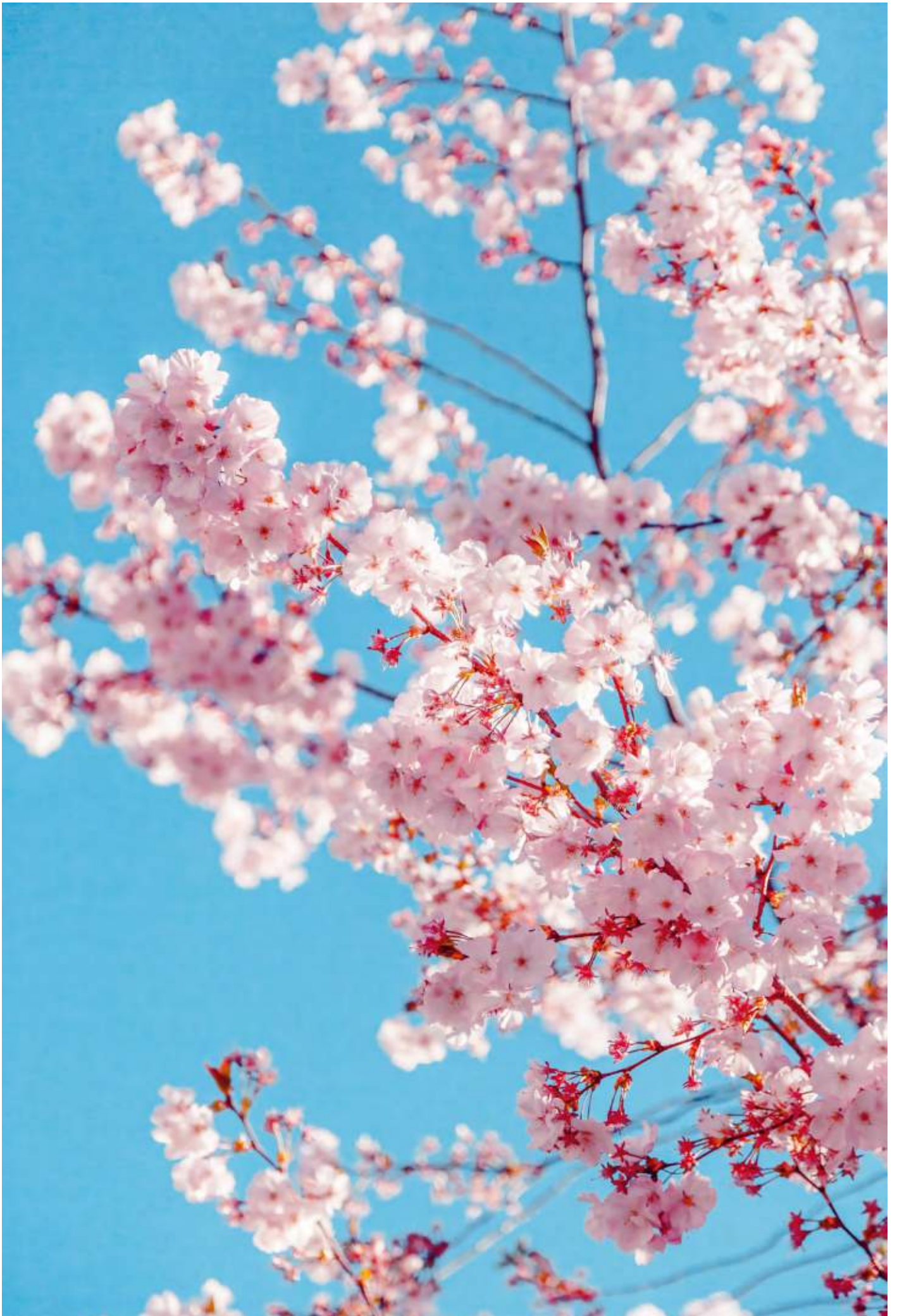
styleglobe

Die schönen Dinge in Deiner Region

Ausgabe für das Rheinland

#1 01/2019





„Schöne Dinge haben Platz in Geist und Körper, im Herzen und in Deiner Region.“

Eine neue Idee, ein neuer Ausdruck ...

Seit wir Ende 2018 den Plan gefasst haben, styleglobe erneut aufzulegen, hat sich einiges getan. Die Idee, die Zeitschrift genau wie in den Jahren 2006 – 2012 weiterzuführen, wurde nach reiflichen Überlegungen verworfen, denn das frische styleglobe sollte etwas ganz Neues werden, sich neu erfinden. Ein Magazin sein, das ins Jahr 2019 passt und sich darüber hinaus gut weiterentwickelt. Relevante Themen sollen Schwerpunkt der Publikation werden, und eine künstlerische Gestaltungshandschrift will von der Freude und Strahlkraft dieser neuen Idee kundtun. Heute, im Herbst 2019, liegt das Ergebnis langer und intensiver Diskussionen vor uns.

Getreu dem Motto „Die schönen Dinge in Deiner Region“ zeigen wir, dass Stil und Nachhaltigkeit im Bereich Einrichtung und Bekleidung sehr gut harmonieren. Die Schönheit der Natur in unserer Region feiern wir mit einem Beitrag über den Nationalpark Eifel. Für unsere jungen Leser haben wir das diesjährige „The Voice Kids“-Siegerduo Mimi und Josy interviewt. Ein Gespräch mit dem Weltstar Mario Adorf und seinem Schauspielerkollegen Tilo Prückner hat uns ebenfalls viel Freude bereitet. Werke des weltbekannten Comic-Artists MŒBIUS werden zur Zeit im Max Ernst Museum Brühl des LVR ausgestellt. Wir würdigen ihn auf acht Seiten mit einigen seiner besten Illustrationen. Die neuesten Werke des in Köln lebenden Künstlers FEYYAZ runden unter dem Titel „Man without Family“ den kulturellen Teil des Magazins ab.

Schöne neue Dinge liegen vor uns ...

An dieser Stelle möchten wir uns sehr gerne bei unseren kommerziellen Teilnehmern bedanken. Sie hatten den Mut und das Gespür, uns ihr Vertrauen zu schenken, dass ein Magazin, welches sich ausschließlich über Advertorials refinanziert und auf klassische Anzeigen verzichtet, auch für sie weiterhin eine gute

Werbewirkung erzielen wird, trotz der Omnipotenz der digitalen Werbemittel im Internet und gerade für die Stärkung des analogen Printmediums in unserer schnelllebigen Zeit.

Für 2020 wollen wir die Kooperation mit unseren Freunden und Geschäftspartnern noch intensiver gestalten und weiter ausbauen. Geplant ist, styleglobe in einen Club Gleichgesinnter zu transformieren, deren gemeinsame Plattform dann dieses Magazin sein wird. Geschäftsleute aus dem Rheinland, die gleichermaßen stilbewusst und nachhaltig arbeiten – davon gibt es nach unseren Recherchen eine ganze Menge – sind dann herzlich dazu eingeladen, sich uns anzuschließen und gemeinsam mit uns neue Wege und Möglichkeiten auszuloten. Wir wollen heute und an dieser Stelle noch nicht allzu viel verraten – lassen Sie sich also überraschen!

Viel Freude beim Lesen wünscht das **styleglobe**Team

„Nimm die schönen

Dinge an Dich,

denn schöne Dinge

bleiben für immer.“







Grypstra & Grypstra Friseure

Bereits seit mehr als 35 Jahren ist Friseurmeisterin und Coloristin Ulla Grypstra erfolgreich selbständig tätig. Neben dem Stylen, Färben und Schneiden von Haaren bietet sie eine individuelle Haaranalyse an, um eine optimale Behandlung mit den richtigen Produkten zu garantieren. Mit der systematischen Haarberatung bezieht sie die Gesamtsituation ihrer Kunden, ihre Probleme, Sorgen und Ängste mit ein. Krankheiten, Stress und eine ungesunde Ernährung, das sind alles Faktoren, die dem Haar schaden können. Ein besonderes Merkmal ihrer Beziehung zu Kunden ist, dass Ulla Grypstra die Menschen, die zu ihr kommen, als persönliche Gäste empfängt. In ihrem Friseursalon in einem historischen Backsteinhaus in Erfstadt-Lechenich sollen sich ihre Gäste rundum wohl fühlen und sich energetisch auftanken.

Wellness für Haare und Seele

Das ist auch ein wichtiger Grund gewesen, weshalb sich Ulla Grypstra dazu entschloss, ihre Behandlungsräume einem gründlichen Re-Design zu unterziehen. Dabei war ihr wichtig, ein entspannendes, ästhetisches und farblich angenehmes Gesamtbild zu erzeugen. Jedes Möbelstück, vom Behandlungsstuhl über die

Waschbecken bis hin zu den Lampen, wurde von ihr persönlich ausgewählt. Heute zeigt sich der Friseursalon im Lichte mehrerer Kronleuchter, die gut zum historischen Baustil mit hohen Stuckdecken passen und den Salon in ein sanftes und warmes Licht tauchen. Die Böden wurden ganz bewusst in dunklem Holz gehalten. Farblich passende Behandlungsstühle stellen sicher, dass sich Gäste stets wohl und entspannt fühlen. Ein Friseursalon ist auch ein Arbeitsplatz und somit ein Ort, an dem das eingespielte 6-köpfige Team einen großen Teil seiner Zeit verbringt und sich wohl fühlen sollte. Deshalb legte Ulla Grypstra bei der Auswahl der Möbel auch großen Wert auf die Funktionalität und Ergonomie. Übrigens: Seit einigen Monaten unterstützt Livia Grypstra, eine der beiden Töchter der Gründerin, das Dreamteam des Salons.

Ulla Grypstra Alles für Ihre Haare

Herriger Straße 27 | 50374 Erfstadt-Lechenich

Tel. 02235 75408 | ulla-grypstra.de

Nische war gestern ...

FAIR FASHION

2019/20

Neues Bewusstsein ist heute ...

Nachhaltigkeit spielt in der Mode eine immer bedeutendere Rolle und stellt die Zukunft der Bekleidungsindustrie dar. Unter nachhaltiger Mode, auch Sustainable Fashion, Eco Fashion, grüne Mode oder Öko-Mode genannt, versteht man Bekleidung und Accessoires, bei deren Produktion weder Mensch noch Umwelt zu Schaden kommen. Im Detail bedeutet das, dass alle Materialien aus biologischem Anbau bzw. artgerechter Tierhaltung stammen. Es bedeutet aber auch, dass bei der Herstellung auf giftige Chemikalien verzichtet wird und der Hersteller Ressourcen wie z.B. Energie und Wasser schonend verbraucht. Faire Arbeitsbedingungen der Näherinnen und Näher wie angemessene Arbeitszeiten, faire Löhne, Arbeitsschutz, keine Kinderarbeit, soziale Absicherungen machen das Bekleidungsstück zu einem, das „fair“ produziert wird.

Das zunehmende Bewusstsein der Verbraucher für Umweltschutz und soziale Gerechtigkeit sollte auch vor dem eigenen Einkaufsverhalten nicht haltmachen. Extrem billige Kleidung, die nach dreimaligem Tragen gleich wieder entsorgt werden muss, erzeugt nicht nur Tonnen von wertlosem und nicht recyclingfähigem Müll, sondern führt auch zu einem stetigen Kreislauf der Überproduktion. Dass fair produzierte Mode auch schick sein kann, zeigen beispielsweise nachfolgende Labels ...

Alles begann 1999 mit einer Idee: Mode machen unter fairen Bedingungen, Schönes erschaffen mit einem guten Gefühl. Dieser Vision folgt **LANIUS** bis heute und verbindet nachhaltige Materialien mit anspruchsvollem Design. Kollektion für Kollektion.





Unter dem Motto „Fashionable. Affordable. Sustainable“ wurde das Hamburger Modelabel **JAN 'N JUNE** 2014 gelauncht. Das Besondere ist, dass das Label Mode, Bezahlbarkeit und Nachhaltigkeit vereint. Neben zertifizierter Bio-Baumwolle (GOTS + IVN Best) verwendet das Label recyceltes Polyester und Polyamid sowie recycelte Baumwolle. Ein Teil des recycelten Polyesters wird aus PET-Flaschen gewonnen und das recycelte Polyamid aus Meeresmüll wie zum Beispiel aus Geisternetzen. Auch Bio-Leinen (GOTS) und TENCEL® kommen zum Einsatz. Produziert wird fair, sowohl in Polen, in einer familiengeführten Näherei in Wroclaw, als auch in Portugal, in einer GOTS-zertifizierten Produktion in der Nähe von Porto. Der Gedanke von Nachhaltigkeit wird holistisch betrachtet. So legen die Gründerinnen auch großen Wert auf Ressourcenschonung im Hinblick auf plastikfreie Verpackung sowie möglichst kurze Transportwege.



Getreu dem Motto „less but better“ hat sich das moderne slow fashion Premiumbrand **PHYNE** zur Aufgabe gemacht, qualitativ hochwertige, langlebige und nachhaltig produzierte Premiumbasics und limitierte Editions mit hochkarätigem Tragekomfort für Männer und Frauen zu kreieren, die länger als eine Trendsaison überdauern, ein stilsicheres Statement setzen und in einem fairen Preissegment liegen. Dabei ist es PHYNE ein besonderes Anliegen, den achtsamen und nachhaltigen Umgang mit der Umwelt zu untermauern und einen langfristigen Minimalismus zu implementieren. Der Ansatz der mit den Global Organic Textile Standards (GOTS) zertifizierten Produzenten und Premiumbrands aus Deutschland liegt dabei besonders auf der Qualitätssicherung durch die Beschaffung und Verwendung nachhaltiger Rohstoffe sowie der Einhaltung einer komplett nachhaltigen Wertschöpfungskette.

Erklärtes langfristiges Ziel von **HempAge** ist es, dem Rohstoff Hanf wieder zu der Geltung zu verhelfen, die er verdient. In einer Vielzahl von Einsatzmöglichkeiten bietet er eine echte Alternative zu umweltbelastenden Materialien. So ist zwar heute noch der Hanfstoff in der Herstellung um ein Mehrfaches teurer als vergleichbares Material aus Baumwolle, seine Ökobilanz dagegen um ein Vielfaches besser. Außerdem arbeitet HempAge in Forschung und Entwicklung daran mit, dass sich hoffentlich bald jeder Geldbeutel Bekleidung aus Hanf leisten kann. Um die Waren schon heute erschwinglich zu machen, setzt HempAge in seiner Kollektion bewusst auf zeitlosen Stil und verzichtet auf kostenintensive Werbung sowie auf Handelsvertreter.





Das deutsche Street- und Sportware-Label **bleed** hat sich als Ausrüster für Surfer, Skateboarder und Snowboarder einen Namen gemacht. Zum Sortiment gehören Damen- und Herrenmode, Hemden, Jacken, T-Shirts, Hoodies und Jeans sowie Accessoires wie Beanies, Schals, Handschuhe und Taschen. Wirklich einzigartig ist die Montado Black Edition von bleed Clothing, bei der Kork als nachhaltige Alternative zu Leder verarbeitet wird. Kork ist ähnlich strapazierfähig, atmungsaktiv und wärmend wie echtes Leder. Gleichzeitig ist es leicht und spritzwasserdicht. Neben den Kork-Jacken bietet das grüne Modelabel auch Kork-Gürtel, -Geldbeutel und sogar T-Shirts mit Brusttaschen aus Kork. Außerdem stellt bleed seine Kleidung aus Bio-Baumwolle her, die unter fairen Bedingungen angebaut und größtenteils mit Regenwasser gewässert wird sowie aus Hanf, TENCEL®, Leinen und recyceltem Polyester. Die Färbung der Kleidungsstücke erfolgt mit zertifizierten Farbstoffen.

Vom Baumwollanbau bis zum fertigen Textil werden alle **MELAWEAR** Produkte in Indien gefertigt. „Mela“ bedeutet auf Hindi „gemeinsam Handeln“ und steht für ein Fest, bei dem sich Menschen begegnen und zusammenkommen. Melawear produziert minimalistische Rucksäcke, Modern Sneakers und hat eine zeitlose Textilkollektion, bestehend aus Essentials. Das gesamte Sortiment ist mit dem Fairtrade Cotton Standard und dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert. Als weltweit erstes Unternehmen ist es Melawear gelungen, Rucksäcke und Sneakers herzustellen, die den anspruchsvollen Standards des Fairtrade Cotton und des GOTS entsprechen. Das Unternehmen realisiert seine Vision, nachhaltige Textilien einer breiten Schicht von Verbraucherinnen und Verbrauchern zugänglich zu machen, über niedrige Verkaufspreise, die vergleichbar mit konventionellen Markenprodukten aus dem Massenmarkt sind.



Beim Modelabel **Alma & Lovis** finden Frauen klassische Business- und Casual-Mode mit klaren, einfachen und zeitlosen Designs. Das Fashion Label selbst beschreibt seinen Stil als „pur, lässig, elegant, natürlich“. Der Schwerpunkt liegt bei Oberteilen wie Shirts, Tops, Jacken und Mänteln sowie Röcken und Hosen. Daneben bietet Alma & Lovis auch Accessoires wie Mützen und Schals an. Das grüne Fashion-Label legt viel Wert auf besondere Eigenschaften der Stoffe wie weich, wärmend, luftig leicht, hautschmeichelnd oder luxuriös. Die Fertigung erfolgt ausschließlich in Deutschland oder den Nachbarländern unter angemessenen Arbeitsbedingungen und Sozialstandards wie gerechte Löhne, Arbeitsschutz, Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit. Auch auf nachhaltigen Energie- und Wasserverbrauch achtet das Fashion-Label bei der Produktion.



Wir bewegen uns in ein Zeitalter, das nicht mehr nur von den Themen Wissenschaft und Technologie, sondern auch vom Wunsch nach mehr Einklang mit der Natur getrieben ist. Die Wechselwirkungen und Verbindungen zwischen Natur, Wissenschaft und Technologie bestimmen heute unser Leben und spiegeln sich auch in der Mode von **recolution** wider. Seit 10 Jahren sind Verbundenheit mit der Natur, Nachhaltigkeit und Transparenz das Fundament von recolution. Bereits 2010 ist recolution mit der Vision angetreten, der Fast-Fashion-Industrie zu zeigen, dass es anders geht und urbane, zeitlose Mode auch nachhaltig hergestellt werden kann. Vom Anbau der einzelnen Faser über die Produktion bis zum Versand: recolution ist und bleibt 100% nachhaltig.





One more thing...

...please don't throw it away!

Auch im Zeitalter der Nachhaltigkeit in der Mode ist kein Mensch gleich, denn selten passt das gekaufte Kleidungsstück in Konfektionsgröße auf Anhieb. Wir merken das manchmal daran, dass wir z.B. bei zu langen Ärmeln immer wieder versuchen, die Arme gebeugt zu halten, um diese Überlängen auszugleichen. Und zu lange Hosen werfen unschöne Falten, und da kaum ein Mensch zwei gleich lange Beine hat, muss hier korrigiert werden. Die gelernte Modeschneiderin **Augustina Taraseviciute** kann mit ihrem professionellen Equipment und langjährigen Know-how helfen, Hosen und Ärmel auf Idealmaß zu bringen. Es ist natürlich auch im Sinne der Nachhaltigkeit, dass einmal gut und fair produzierte Kleidung länger getragen wird als Fast-Fashion der Billiganbieter. Hier bietet die engagierte Modeschneiderin Reparaturen und Änderungen an den geliebten Stücken. Oftmals sind die Innenfutter von Jacken und Mänteln aus relativ dünnem Stoff, der dann auch als erstes einreißt. Ein neues Innenfutter lässt das Kleidungsstück wieder wie neu aussehen. Und vielleicht ist nach einer Diät die Lieblingshose viel zu weit? Augustina Taraseviciute macht sie wieder passend, ohne dass man den Unterschied sieht oder spürt.

Die freundlich geduldige und serviceorientierte Modeschneiderin freut sich über individuelle Anfragen.

Kundenbesuch nur nach Anmeldung.

Tel. 0162 4865120





FEEL – where shopping is fun

Wohlfühlen, das ist laut Inhaberin Daniela Nüss-Habicht Motto der beiden Feel-Boutiquen. Die Mode-Expertin und ihr kompetentes Team präsentieren angesagte, aktuelle Mode in schickem Ambiente. Eine Stärke der Inhaberin und ihres Teams ist die stil sichere und typgerechte Beratung. Mit Kreativität und Ideenreichtum animiert das Feel-Team seine Kundinnen und Kunden zum Entdecken, Informieren und Ausprobieren. Kleidungsstücke und Accessoires werden einer anspruchsvollen Auswahl unterzogen. Daniela Nüss-Habicht und ihr Team legen großen Wert auf einen besonderen Service und eine individuelle Beratung. Wohlfühlen ist nicht nur ein Wort, bei Feel wird es gelebt.

Im April 2015 wurde Feel im Einkaufscenter in Erfstadt-Liblar eröffnet. Seit Mai 2019 gibt es nun auch eine Dependence in Erfstadt-Lechenich. Im Bereich der guten Damenoberbekleidung führt Feel die Marken Buena Vista, Street One, Esprit, Geisha, Garcia, Diff, Gibsy und Tom Taylor. Bei den Herren sind es Blend, Garcia und Javi. Accessoires der Marken Lizas, Buena Vista, OOOZOO, Esprit und Street One runden das Angebot ab.

FEEL in Liblar

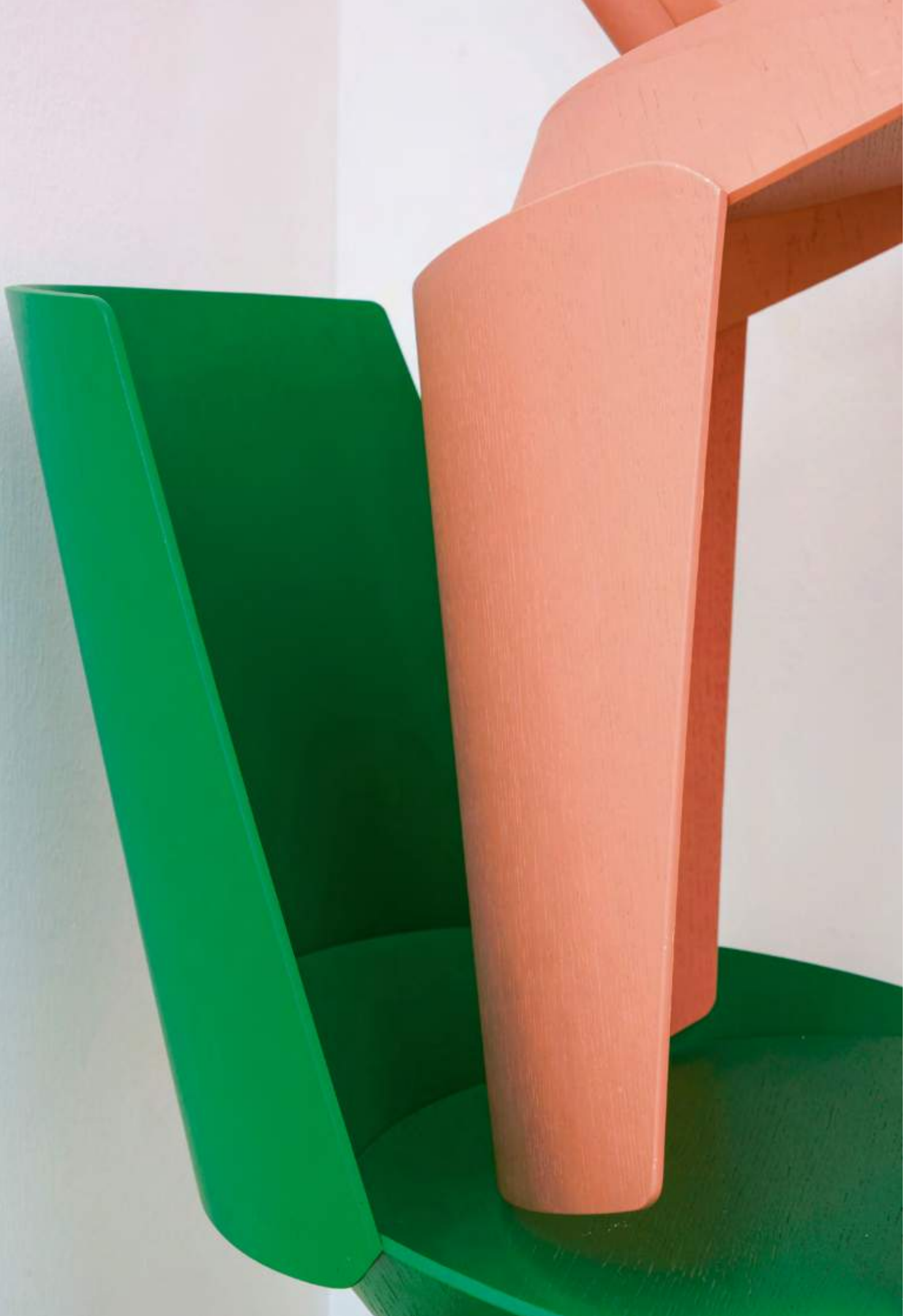
Holzdammer 6 | 50374 Erfstadt

FEEL in Lechenich

Zehntwall 1 | 50374 Erfstadt

Tel. 02235 9864450

feel-erftstadt@mail.de | feel-erftstadt.com



Nachhaltig einrichten - *wie kann das gelingen?*

Ökologische, ökonomische und soziale Aspekte bestimmen die Nachhaltigkeit in der Möbelherstellung. Möbel sollten aus heimischen Hölzern hergestellt und Rohstoffe schonend verwendet werden. Faire Arbeitsbedingungen für die Handwerker müssen sichergestellt sein. Wer nachhaltig wohnen und einrichten möchte, der sollte auf kunststoff- und schadstoffbelastete Möbel verzichten. Ein ökologisches Wohnkonzept setzt auf Möbel und Accessoires aus nachwachsenden Rohstoffen wie z.B. Holz, Bambus, Baumwolle.

Nachhaltigkeit in der Möbelherstellung

Da Biomöbel meist in kleinerer Stückzahl und per Hand gefertigt werden, sind sie oft teurer als Möbel aus asiatischer Massenproduktion. Dafür erhält man qualitativ hochwertige Möbel, die schadstoffgeprüft und frei von Allergieauslösern sind. Zur Zeit gibt es keine klare juristische Definition für die nachhaltige Produktion von Möbeln. Nur die freiwillige Selbstkontrolle der Hersteller kann Verbrauchern Orientierung bieten. Anerkannte Ökolabel sollen Schadstofffreiheit und strenge Qualitätsrichtlinien sicherstellen. Diese Siegel können als Entscheidungshilfe helfen:

Blauer Engel

Bei Möbeln, die mit dem Blauen Engel ausgezeichnet sind, ist die Freisetzung von Schadstoffen wie Lösungsmittel, Formaldehyd und Weichmacher begrenzt. Das Holz stammt weitgehend aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Die Prüfung betrifft den gesamten Lebensweg der Produkte von der Herstellung über die Nutzung bis zur Entsorgung.

FSC-Siegel

Der Forest Stewardship Council ist eine gemeinnützige und unabhängige Organisation zur Förderung verantwortungsvoller Waldwirtschaft. Er wird unterstützt von Umweltorganisationen, Gewerkschaften, Waldbesitzern und Unternehmen der Holzwirtschaft. Im Zusammenhang mit der Möbelproduktion garantiert das international anerkannte Siegel FSC, dass das verwendete Holz aus Wäldern stammt, die umweltgerecht, sozial verträglich und ökonomisch bewirtschaftet werden.

Öko Control

Dieses Gütesiegel wird von den Mitgliedern des Europäischen Verbandes ökologischer Einrichtungshäuser verliehen und prüft Produkte aus den Bereichen Textil und Polstermöbel. Die Auszeichnungsmaßstäbe gehen weit über gesetzliche Vorschriften hinaus. Das Siegel steht somit für einen hohen ökologischen Standard und eine größtmögliche Schadstofffreiheit.

eco-Institut-Label

Das eco-Institut ist ein international anerkanntes Unternehmen. Durch umfangreiche Emissions- und Schadstoffprüfungen, die weit über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen, bietet das eco-Institut ein verlässliches Prüfzeichen für qualitativ hochwertige, weitestgehend umweltverträgliche und gesundheitlich unbedenkliche Produkte. Zertifiziert werden u.a. Bauprodukte, Möbel, Matratzen und Bettwaren. Die Prüfung umfasst die Produktlebenslinie von der Rohstoffgewinnung über die Herstellung, die Verarbeitung und die Nutzungsphase bis zur Entsorgung bzw. Recyclingfähigkeit.

Geprüfte Sicherheit

Das GS-Siegel bescheinigt, dass ein Produkt den Anforderungen des Geräte- und Produktsicherheitsgesetzes entspricht. Es wird technischen Arbeitsmitteln und Verbraucherprodukten wie z.B. Möbeln, Spielzeug, Leuchten oder Haushaltsgeräten zuerkannt.

Goldenes M

Die Deutsche Gütegemeinschaft Möbel hat Prüfanforderungen für verschiedene Einrichtungsgegenstände entwickelt und vergibt das Goldene M als RAL-Gütezeichen 430. Das Gütesiegel umfasst die gesamte Produktqualität einschließlich der Verträglichkeit für die menschliche Gesundheit. Neben Stabilität und Haltbarkeit gehört auch die Humanqualität (gesundes Wohnen) zu den Prüfkriterien.

Immer mehr Hersteller haben die Produktion von langlebigen Möbeln aus nachhaltig erzeugten Materialien zum Ziel und entwerfen ökologische Möbel mit hohem Designanspruch.

Auf den nachfolgenden Seiten stellen wir Ihnen einige Hersteller vor, die unter nachhaltigen Aspekten produzieren.



e15 feiert zehn Jahre Stuhl **HOUDINI** von Stefan Diez mit einer kuratierten Palette von Jubiläumsfarben.

Bei seiner Suche nach einer ergonomischen, organischen Sitzschale, die ohne teure Werkzeuge zu realisieren ist, wurde Stefan Diez von Techniken für den Bau von Holzgleitern und Flugzeugen inspiriert. Das Ergebnis ist eine einzigartige Silhouette. Eine von Couture inspirierte Konstruktion und Farbpalette, die auch Neonrot beinhaltet, macht HOUDINI zu einem Designklassiker und ikonischen Erkennungszeichen für e15.

Mit schadstofffreien Rohstoffen, sauberer Produktion und Wiederverwertbarkeit der Materialien geht **Grüne Erde** seinen ökologischen Weg. Für die Möbelproduktion werden ausschließlich hochwertige Hölzer aus Europa verwendet, und textile Rohstoffe kommen möglichst aus heimischem Bestand. Der Verzicht auf Tierversuche, radioaktive Bestrahlung und Gentechnik in Zusammenhang mit verwendeten Rohstoffen oder Produkten ist dabei selbstverständlich. Ihre eigenen Auswahlkriterien in Sachen Holz nennt das Unternehmen noch „um vieles strenger“ als etwa die Richtlinien des FSC-Siegels. Grüne Erde gibt bei allen Produkten die Herkunft des Materials und das Land der Fertigung an.

Unten: Grüne Erde - Sofa Lorea, Material: Buchenholz





Der süddeutsche Hersteller **Zeitraum** stellt seine Möbel aus Hölzern aus nachhaltiger Forstwirtschaft umweltschonend her. Verarbeitet werden massive Laubhölzer aus nachwachsenden Beständen, auf chemische Behandlung des Holzes wird verzichtet. Die Oberflächen aller Zeitraum-Möbel werden mit ökologischen Ölen und Wachsen bearbeitet. Außerdem kontrolliert Zeitraum auch im Arbeitsalltag den Bedarf an Verbrauchsmitteln und Energie und versucht, diese auf ein Minimum zu reduzieren.

Nils Holger Moormann folgt den Leitgedanken Einfachheit, Intelligenz und Innovation und setzt bei seinen Möbeln von der Entwicklung über den ersten Prototypenbau bis hin zur endgültigen Serie auf Manpower aus der Umgebung. Designer und Handwerker versuchen, den idealen Weg für die Herstellung der Möbel zu finden, und achten dabei auf ausgesuchte Materialien wie europäische Hölzer und Naturbelassenheit.





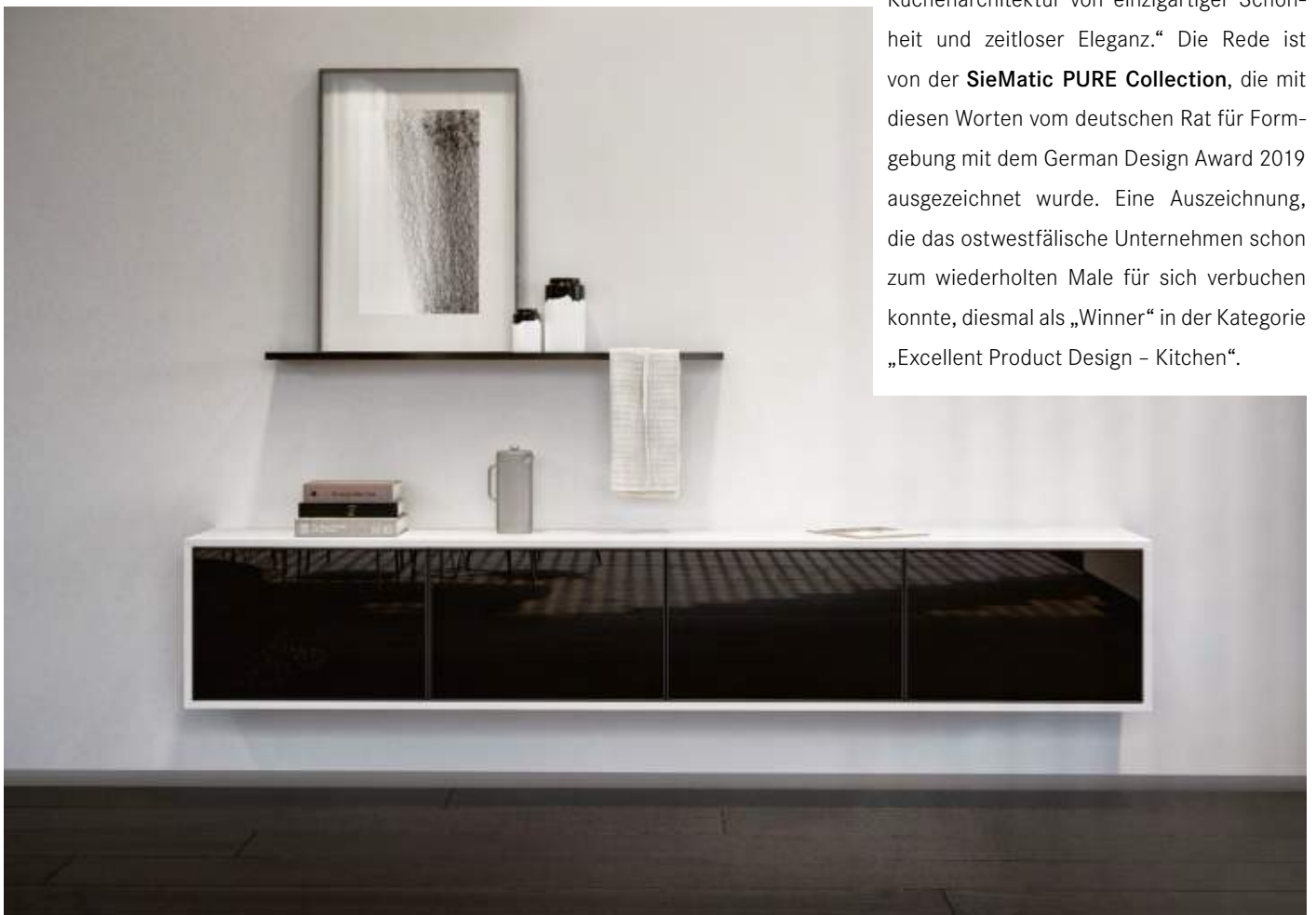
Der Polstermöbel-Hersteller **Rolf Benz** aus Nagold bezieht sein Holz aus nachhaltigen Waldwirtschaften in Europa und Nordamerika und produziert ausschließlich in Deutschland. Bei der Verarbeitung ist die Firma um eine bestmögliche Materialausschöpfung bemüht. Außerdem werden bei allen verwendeten Materialien hohe Anforderungen an die Qualität und Nachhaltigkeit gestellt.



(Detailansicht) SF03 SHIRAZ, CU06 NIMA, ST04 BACKENZAHN, CM05 HABIBI, CP03 KAVIR für e15



„Das markante Spiel mit geraden Linien und Flächen, verbunden mit perfekt ausgewogenen Proportionen, schafft eine skulpturale Küchenarchitektur von einzigartiger Schönheit und zeitloser Eleganz.“ Die Rede ist von der **SieMatic PURE Collection**, die mit diesen Worten vom deutschen Rat für Formgebung mit dem German Design Award 2019 ausgezeichnet wurde. Eine Auszeichnung, die das ostwestfälische Unternehmen schon zum wiederholten Male für sich verbuchen konnte, diesmal als „Winner“ in der Kategorie „Excellent Product Design – Kitchen“.



*ZEITLOS
ELEGANT,
made in
germany.*





Fußbodenbau Fontaine - Qualität im Fokus

Bereits seit 1980 besteht das Familienunternehmen Fußbodenbau Fontaine in Erfstadt. Manfred Fontaine, Gründer der Firma, weiß, dass Behaglichkeit und Wohlfühl entstehen, wenn Böden passend zum jeweiligen Raum gewählt und fachgerecht verlegt sind. Selbst Laminat sollte von Profihand eingepasst werden, wenn es langlebig und „seinen Preis wert“ sein soll. Das Unternehmen ist in der Region für seinen exzellenten Rundum-Service bekannt. Fußbodenbau Fontaine ist sowohl für Privatkunden als auch für öffentliche Einrichtungen wie Schulen und Kindergärten tätig. Neben Manfred Lafontaine sind es seine Kinder Anja und Frederic, die gemeinsam für den Erfolg des Unternehmens stehen. Anja Fontaine ist ausgebildete Raumausstatterin, Sohn Frederic Parkettleger.

Außer Keramik- und Steinböden verlegen, reparieren und behandeln die Experten Holzfußböden wie Dielen und Parkettböden. Auch textile und elastische Böden, wie Teppich-, Linoleum-, Kork-, Laminat-, Kunststoff-, Gummi- und CV-Beläge kommen zur Anwendung.

Fußbodenbau Fontaine arbeitet eng mit ausgesuchten Herstellern zusammen und sichert so ein breit gefächertes Produktsortiment in verschiedenen Preislagen. Die Verwendung natürlicher und ökologisch unbedenklicher Materialien garantiert auch Allergikern einen gesunden Wohnkomfort. Selbst bei Klebstoffen und Spachtelmassen legt man Wert auf die Verwendung umweltfreundlicher Materialien.

Fußbodenbau Fontaine GbR | Siemensstr. 2 | 50374 Erfstadt
Tel. 02235 994366 | fontaine@netcologne.de

Mimi & Josy

*„listen to the children,
our generation“*

Interview styleglobe

Fotos Thomas Stimmel







Mimi & Josy

„Das war ein unbeschreibliches Gefühl...“

Im Frühjahr 2019 nahmen Mimi & Josy an der siebten Staffel der Castingshow „The Voice Kids“ teil. In den sogenannten Auditions rissen sich sämtliche Coaches um die beiden. Mimi und Josy entschieden sich für die Countrysänger The Boss Hoss als Coaches. Diese wiederum schickten die beiden dann ins Finale der Show. Mimi und Josys sehr freie Neuinterpretation des Radiohead-Klassikers „Creep“ wurde zu einem viralen Hit mit mehr als 32 Millionen Aufrufen bei YouTube. Im Finale, das live aufgenommen wurde, setzten sich Mimi & Josy durch und gewannen im Zuschauervoting als erstes Duo in der The Voice Kids-Geschichte Deutschlands.

Nach ihrem Sieg nahmen sie mit The Boss Hoss ihre erste Single „Little Help“ auf, die am 3. Mai 2019 veröffentlicht wurde und Platz 32 der deutschen Charts erreichte. Ihre ersten eigenen Songs performten Mimi und Josy am 15. September vor fast 10.000 Zuschauern als Vorgruppe von Patrick Kelly in München. Bereits wenige Tage vor dem Konzert sangen sie auf Bayern 3 den eigenen Song „The best me“ live im Fernsehen. Neben der Schule sind die beiden sehr kreativ und schreiben eigene Songs.

styleglobe: Mimi, Josy, wie seid ihr eigentlich auf die Idee gekommen, bei „The Voice Kids“ teilzunehmen?

Mimi & Josy: Das war Josys Idee, aber wir waren beide schon immer Fans von der Show.

styleglobe: Die Teilnahme an einer Show, die von so vielen Menschen geschaut wird, stelle ich mir ziemlich anstrengend vor. Wie habt ihr das empfunden und wie seid ihr damit umgegangen?

Mimi & Josy: Dadurch, dass wir konstant von mega lieben Helfern hinter der Bühne umgeben waren, war die Zeit dort immer super aufregend, aber nicht anstrengend. Falls es mal doch ein langer Tag war, haben wir uns danach einen entspannten Abend gemacht und versucht zu relaxen.

styleglobe: Es gab in dieser Staffel der Castingshow viele sehr gute Sängerinnen und Sänger. Wie war das Verhältnis zu den anderen Teilnehmern?

Mimi & Josy: Das Verhältnis war super gut, wir sind zu einer richtigen kleinen Familie zusammengewachsen. Wir haben zu einigen immer noch sehr viel Kontakt.

styleglobe: Ihr hattet schon während der Aufzeichnungen viele Millionen Klicks auf YouTube. Habt ihr damit gerechnet, zu gewinnen?

Mimi & Josy: Nein, niemals! Wir fühlten uns zwar sehr geehrt, dass unsere Musik so vielen gefällt, aber der Sieg war für uns nie sicher.

styleglobe: Wie hat es sich angefühlt zu gewinnen?

Mimi & Josy: Das war ein unbeschreibliches Gefühl wie nach einer langen Wanderung am Gipfel zu stehen.

styleglobe: Nachdem ihr gewonnen habt, seid ihr in ganz Deutschland und über das Internet weltweit bekannt geworden. Hat sich dadurch etwas an Eurem Leben geändert?

Mimi & Josy: Ja, wir werden heute viel öfter auf der Straße erkannt, und wir bekommen viele Anfragen für Auftritte, was uns sehr freut!

styleglobe: Wie geht ihr damit um, 250.000 Follower auf Instagram zu haben, die wirklich alles, was ihr postet, kommentieren?

Mimi & Josy: Wir sind mega dankbar, so eine starke Community zu haben, die uns mit voller Seele unterstützt.

styleglobe: Neben Eurem Hauptberuf als Schülerinnen schreibt ihr fleißig eigene Songs. Ist es euer Berufsziel, Pop-Musikerinnen zu werden?

Mimi & Josy: Es ist auf jeden Fall ein Traum. Allerdings auch einer, für den man viel arbeiten und mit ganzem Herzen dahinter stehen muss. Dann ist alles möglich!

styleglobe: Woher nehmt ihr eure Inspiration, und habt ihr musikalische Vorbilder?

Mimi & Josy: Unsere Inspiration nehmen wir aus dem Alltag, aus den kleinen Dingen, die uns berühren oder beschäftigen. Musikalische Vorbilder sind die Beatles, Amy Whinehouse oder auch Billie Eilish, wie auch Billie Marten oder Franc Ocean.

styleglobe: Mit dem eignen Titel „The best me“ seid ihr kürzlich im TV aufgetreten, ihr habt auch eigenes Material als Vorgruppe von Patrick Kelly live performed. Nach all diesen Erfolgen warten Eure Fans schon gespannt auf die erste Platte. Wann darf man damit rechnen?

Mimi & Josy: Es ist uns super wichtig, so schnell wie möglich eigene Musik rauszubringen, und wir arbeiten fleißig daran.

styleglobe: Mal ein ganz anderes Thema: Greta Thunberg ist mit Euch in einem Alter. Wie steht ihr zu „Fridays for Future“, den Schülerstreiks für eine bessere Klimapolitik?

Mimi & Josy: Es ist super berührend zu sehen, wie Leute in unserem Alter auf die Straßen gehen, um etwas zu ändern. Es ist auch ein Thema, bei dem wir sofort handeln müssen und nicht auf bessere Zeiten hoffen oder warten können.

styleglobe: Mimi, Josy, vielen Dank und weiterhin viel Erfolg!









As long as there
are slaughterhouses
there will be
battlefields.

A vegetarian diet
is the acid test of
humanitarianism.

Leo Tolstoy

FEYYAZ

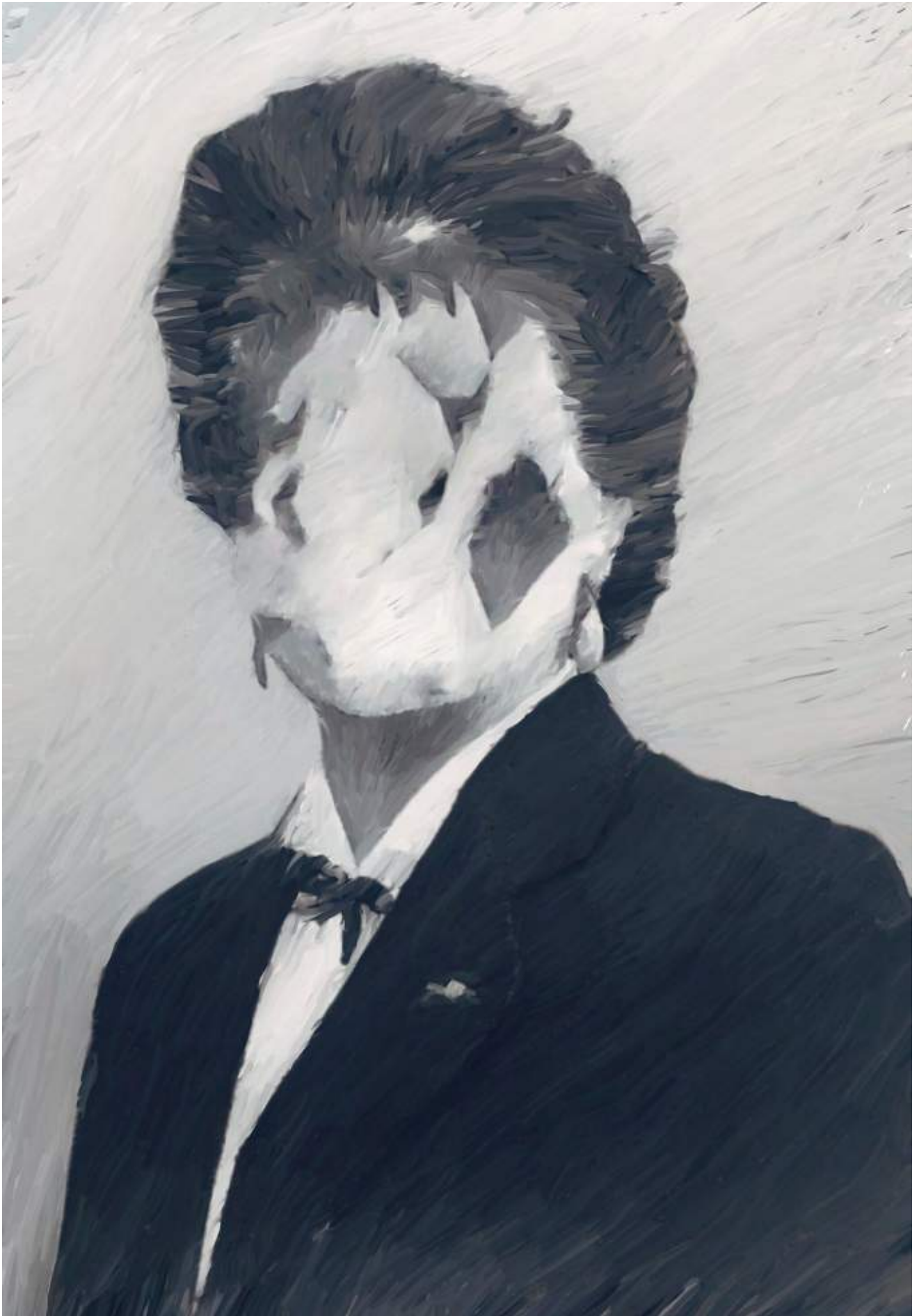
Man without Family

Wie unten so oben

*Es ist der Tag der Befreiung, so denkt der Überbringer,
ein Kind in sich versinkt, gerüttelt von der Botschaft schwer,
als es tief in den Abgrund rutscht, in ein schwarzes Loch ohne Wiederkehr,
in einem eisernen Käfig - dunkel, wie ein Bergmann in den Schacht fährt - allein,
bleiernd dumpf, das kleine Herz wild pochend in Gedanken leer,
verängstigt und schreiend nach der Mutter, die sie nicht ist,
fällt das Kind in die Grube immer mehr.*

*Am Boden zerschmettert wacht es auf, das verschmutzte Kind,
erleichtert und froh, dass es lebt, schaut es nach den Kameraden.
Außer staubigem Boden unter den kleinen Füßen gibt es nichts,
es hört nur den Überbringer mit der Nachricht am Ohr:
„Schau, es ist ein glücklicher Tag für dich, du fährst ins gelobte Land,
da gibt es mehr.“*

Feyyaz





MWF 12 | 2019 | Edition 3, Pigmentdruck auf Papier, 80 x110 cm

Man without Family

Familienbilder. Ein tanzendes Paar, ein Kind auf dem Schoß der Mutter, Feste, Männer in Uniformen, Berge, Strände, Momente auf Reisen. Diese Motive begleiten uns, seit das Fotografieren eine Beschäftigung für jedermann ist. Ein Schnappschuss hält fest, was früher nur in der Malerei, der Erinnerung oder der Vorstellungskraft sichtbar war. Massenhaft und in aller Welt. Bevor die Digitalisierung das moderne Leben bestimmte, gingen in Alben oder Schachteln aufbewahrte Papierabzüge und Dias von Generation zu Generation. Endeten sie nicht in Haushaltsauflösungen oder auf trostlosen Flohmärkten, können sie bis heute Antworten auf Fragen zur eigenen Geschichte und den Ursprüngen unserer Wünsche, Hoffnungen und Prägungen geben. Das gelingt ihnen, wie kaum einem anderen Medium. Manche dieser Antworten tun uns gut, andere nicht.

Feyyaz ist ein Freund. Er kam in Istanbul zur Welt. 1962 ging die Mutter zunächst in die Schweiz. 1969 holte sie den Sohn in die Bundesrepublik, später kam der Vater nach. Eine Hand voll alter Fotos wanderte mit den Eltern, neue kamen hinzu. Sie zeigen den Großvater als osmanischen Offizier, Frauen und Männer in der Mode der 1970er-Jahre und dazwischen Feyyaz. Als Kind, als Gymnasiast, mal verletzlich, mal halbstark, aber nie erwachsen. Solche Aufnahmen fehlen im Konvolut seiner Familienbilder. Sie sind an einem anderen Ort, stehen an der Grenze zur Kunst oder sind es bereits.

Feyyaz studierte Malerei, fand die Liebe zum Surrealen und lotete die Grenzen vieler Ausdrucksmittel aus. Er reiste, und je weiter er sich bewegte, tatsächlich und in seiner Sicht auf die Welt, desto schwächer wurde seine Bindung an alles Tradierte. Es sind insbesondere seine Filme, die davon erzählen. Sie werden heute international gezeigt, sind oft kurze düstere Episoden, kreisen um fremde Geschichten, führen aber letztlich immer zurück zu ihm selbst.

Doch was ist dieses Selbst? Als wir uns kurz vor dem Abitur begegneten, trugen wir alte Motorradlederjacken und hatten gleiche Interessen. Idealismus spielte dabei eine Rolle. Dann entdeckten wir, dass die schillernde Kunstwelt konformer ist, als wir glaubten.

Auf den Wegen, die wir dabei gemeinsam gingen, ist mir Feyyaz' Familie nie begegnet. Sie fand in Erzählungen statt, war nicht da, aber dennoch präsent. Warum das so war, haben wir nie besprochen. Ihre Schemen jetzt in einer Arbeit zu sehen, gleicht einem Blick in die Seele des Freundes. Aus der Verbindung von überlieferten Fotos, einer Rückbesinnung auf die Malerei der frühen Jahre und digitalen Möglichkeiten der jüngsten Zeit ist eine technisch aufwendige Bildfolge entstanden. Sie ist Retrospektive, Reminiszenz, Abrechnung und Psychogramm zugleich.

Feyyaz nennt diese Reihe *Man without Family*. Ihre Motive sind Antworten auf Fragen, die er an Bilder seiner Familie gestellt hat. Der Prozess der Offenbarung, der sich damit verband, kann auch andere zu Dialogen mit der eigenen Vergangenheit führen, und das, was zutiefst individuell erscheint, wird austauschbar. Feyyaz' Verschleierung der Identität seiner Familie, die Überdeckung und Verfremdung ihrer Porträts und die Löschung aller Hinweise auf ihre Empfindungen in gemeinsam erlebten Momenten führen zum Titel der Reihe.

Doch *Man without Family* erscheint mir nicht als Spiegel einer Überwindung von Geschichte und Herkunft. Vielmehr schafft die Reduktion aller Dargestellten auf ihre Umrisse und die pointierte Überzeichnung sensibel ausgewählter Details für jeden die Möglichkeit zur Projektion des Eigenen. Was dabei sichtbar werden kann, sind Begebenheiten, die jede Familie kennt. Und es wird deutlich, dass Gemeinsamkeiten größer sind als Trennendes und uns das Fremde oft nur fremd erscheint.

Wolfgang Schöddert

FEYYAZ ist freier Künstler, lebt und arbeitet in Köln. Für eine ausführlichere Werkchau besuchen Sie bitte feyyaz.com

Dr. Wolfgang Schöddert ist Kunsthistoriker und Provenienzforscher. Er lebt und arbeitet in Berlin.









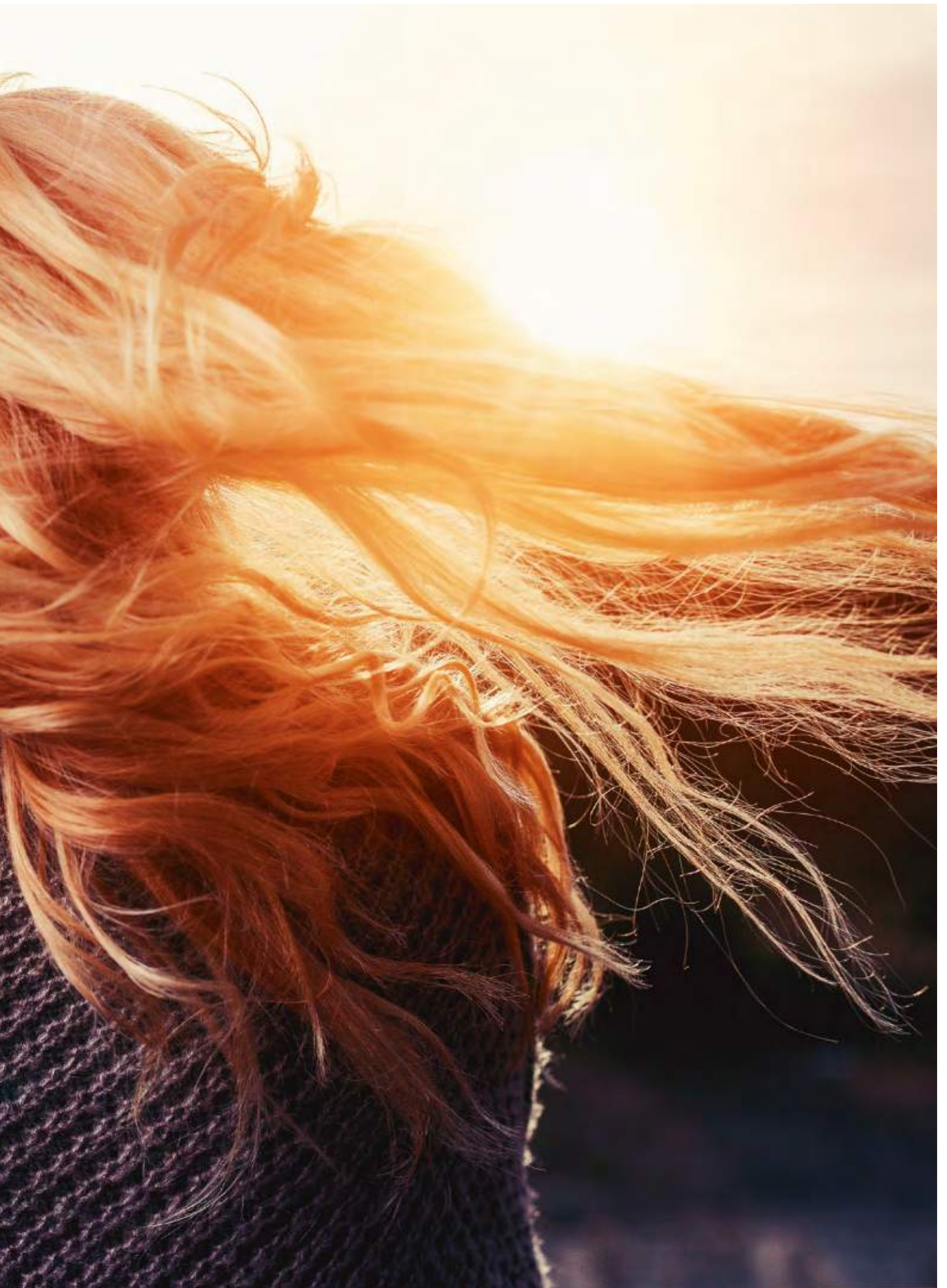
Das macht ein

BILD

wenn man in den

SPIEGEL

schaut



„Eine gut angebaute Kartoffel ist eine Delikatesse!“

styleglobe: Was ist das Konzept von herr RIESTER - Der Laden für Genießer?

herr RIESTER: Der Satz oben beschreibt unser Konzept kurz und knapp. Wir sind klein und können uns ein besonderes Sortiment erlauben. Unsere eigenen, strengen Kriterien sind die Grundlage für den reinen Genuss ohne Wenn und Aber: Wichtig ist uns ein sauberer, biologischer Anbau, die artgerechte, respektvolle Tierhaltung, eine achtsame handwerkliche Verarbeitung, faire Bedingungen für alle an der Produktion und der Vermarktung Beteiligten, und als Resultat ein herausragender Geschmack.

styleglobe: Wo beziehen Sie diese sehr besonderen Produkte?

herr RIESTER: Wir treffen immer wieder auf beeindruckendes Fachwissen bei unseren Geschäftspartnern, sowohl bei Winzern, Landwirten, Bäckern, Käsereien aber auch in der Olivenöl-Produktion oder bei der Schokoladen-Herstellung. In allen Bereichen gibt es kleinere Manufakturen, die mit viel Handarbeit konsequent das Beste in ihrem Fachgebiet anstreben. Auf diese Weise werden die Delikatessen von heute produziert. Sie überraschen mit einer enormen Fülle an Geschmack, sind voller Inhaltsstoffe und leisten ganz nebenbei ihren Beitrag zum Schutz unserer Umwelt. Schon längst ist nicht mehr die Verpackung das wichtigste Element.

styleglobe: Sie gehen einen Schritt weiter und sind längst nicht ausschließlich Händler ...

herr RIESTER: Genau! Ein Laden voller guter Zutaten und ein Team von begeisterten Hobbyköchen - da blieb es nicht aus, dass wir schon seit Jahren auch Selbstproduziertes anbieten. Unser großer Tisch mitten im Laden lädt ein zum Frühstück, zum Mittagstisch oder zu Kaffee und Kuchen. Meine Frau liebt es, besonders leckere Gemüsesuppen zu kochen. Außerdem backt sie gerne Kuchen. Die Spezialität unserer Mitarbeiterin sind gefüllte Paprikaschoten

in Tomaten-Käsesauce, gefüllte Pfannkuchen und Kartoffel- und Gemüse-Salate. Zu meinen Aufgaben gehört täglich das Backen frischer Quiches, vegetarisch und den Jahreszeiten entsprechend. Außerdem sind unsere Frikadellen schon seit Jahren mein Part, liegt wohl am guten Rezept. Es gibt aber auch viele gute Stammkunden, die sich freuen, bei uns immer das passende Geschenk für jeden Anlass zu finden. Und uns macht es Freude, liebevoll ausgewählte Produkte hübsch zu verpacken. So findet jeder seinen eigenen Anlass, sich mit Produkten für Genießer zu beschäftigen.

styleglobe: Vielen Dank und weiterhin viel Erfolg!

herr RIESTER - Der Laden für Genießer
Bahnhofstraße 20 | 50169 Kerpen - Horrem
Tel. 02273 4311 | herr-riester.de



Nationalpark Eifel

Wald, Wasser, Wildnis ...

Fotos Dominik Ketz

Im Jahr 2004 fiel der Startschuss für den ersten Nationalpark im Westen Deutschlands: Der Nationalpark Eifel ist das erste Großschutzgebiet dieser Art in Nordrhein-Westfalen. Auf 110 Quadratkilometer entwickelt sich dort die Wildnis von morgen unter dem Motto „Natur Natur sein lassen“. Das Besondere: Die natürlichen Prozesse werden hier wie auch in den anderen weltweit existierenden Nationalparks geschützt. Wegen starker Prägung des Menschen ist die Landschaft zunächst Entwicklungsnationalpark, das heißt die Nationalparkverwaltung unterstützt – soweit erforderlich – zunächst mancherorts die Entwicklung.

Ökologisches Herzstück ist der Kern mit seinen zum Teil über 180 Jahre alten Buchen. Soweit es der Schutzzweck erlaubt, dient der Nationalpark auch der wissenschaftlichen Umweltbeobachtung, der naturkundlichen Bildung und dem Naturerleben für die zahlreichen Besucher.

Bis heute wurden mehr als 10.000 Tier- und Pflanzenarten im Nationalpark Eifel nachgewiesen, über 2.300 davon mit einem aktuellen Rote-Liste-Status.





Natur Natur sein lassen

Im Nationalpark Eifel geschieht etwas, das in dieser Größe in Nordrhein-Westfalen einzigartig ist: Hier kann sich die Natur auf großen Flächen frei entfalten, ganz nach ihren eigenen Gesetzen. Ehemals von Menschenhand gestaltete Landschaften verwandeln sich nach und nach wieder in „Buchen-Naturwälder“ aus zweiter Hand. Heute unterliegen in dem 2004 eingerichteten Entwicklungs-Nationalpark bereits über die Hälfte des insgesamt 110 Quadratkilometer großen Areals dem Prozessschutz, das heißt, hier findet kein menschlicher Eingriff mehr statt. Bis 2034 werden es über 75 Prozent sein.

Naturerleben pur, 365 Tage im Jahr bietet die vielfältige Natur, die sich aus 80 Prozent Wald sowie großen offenen Graslandflächen zusammensetzt und in eine Talsperrenlandschaft eingebettet ist: Wilde Narzissen verwandeln die Talwiesen im Süden des Nationalparks jedes Frühjahr in ein gelbes Blütenmeer. Im Sommer wachsen auf den Wiesen duftende Wildkräuter. Wenn der September die ersten kalten Nächte bringt, wird es laut im Nationalpark. Mit etwas Glück ist dann bei herbstlichen Wanderungen der Ruf des Rothirsches zu hören. Auf leisen Pfoten dagegen schleichen Wildkatzen durch die Dämmerung. Spuren im Schnee verraten die Anwesenheit der scheuen „Eifeltiger“. Der Biber baut in den sauberen Gewässern der Region seine Burgen, und über den Stauseen ziehen Milane ihre Kreise. In den Mittelgebirgsbächen tummeln sich Bachforellen, Neunaugen und Elritzen. Der Schwarzstorch dagegen sucht besonders gerne in flachen Tümpeln nach Nahrung.

Natur hautnah erleben

Ob wandernd, mit dem Rad, auf Skiern oder zu Pferd: Ein markiertes Wegenetz macht den 110 Quadratkilometer großen Nationalpark für Besucher ganzjährig erlebbar. Wer das Gebiet lieber unter fachkundiger Begleitung kennenlernen möchte, kann aus jährlich 600 Ranger-Touren, Familientagen sowie speziellen Programmen für Schulklassen, Kinder- und Jugendgruppen wählen. Barrierefreie Angebote machen den Nationalpark für Menschen mit und ohne Behinderung erlebbar. Gruppen können bei der Nationalparkverwaltung exklusive Touren mit speziell für den Nationalpark ausgebildeten Waldführern buchen.

Erster Anlaufpunkt eines jeden Nationalparkbesuchers sollte die interaktive Erlebnisausstellung „Wildnis(t)räume“ im Nationalpark-Zentrum in Vogelsang IP sowie eines der fünf Nationalpark-Tore in Schleiden-Gemünd, Heimbach, Monschau-Höfen, Nideggen und Rurberg sein.

Wildnis für alle

Mit Gründung des Schutzgebietes im Jahr 2004 hat sich das Nationalparkforstamt Eifel das Ziel gesetzt, den Nationalpark barrierefrei – für Alle – erlebbar zu machen. Als dauerhafte Querschnittsaufgabe berücksichtigt die Nationalparkverwaltung hierzu bei der Entwicklung von Naturerlebnis- und Umweltbildungsangeboten die Belange von Menschen mit und ohne Behinderungen. Nach zehn Jahren hat sich die Nationalparkregion als barrierefreie Naturerlebnisregion bundesweit einen Namen gemacht: In Zusammenarbeit mit zahlreichen Kooperationspartnern werden eine Reihe von Führungen, Ausstellungen und umweltpädagogischen Programmen für Menschen mit und ohne Behinderungen angeboten.

Ein neues Highlight wurde im Sommer 2014 eingeweiht: „Der Wilde Weg“ – ein 1.500 Meter langer Naturerkundungspfad mit zehn interaktiven Erlebnisstationen. An zehn interaktiven Stationen können sich Besucher jeden Alters über Wildnis, Waldentwicklung und die vielfältige Tier- und Pflanzenwelt im Nationalpark Eifel informieren. Zudem erfahren sie, wie sich Stürme auf einen Wald auswirken. Sie können auf einer Kletterstrecke ihre Kräfte messen oder sich in einer Forscherstation wie ein Wissenschaftler fühlen. Ein 210 Meter langer Holzsteg durch die Waldwildnis ermöglicht ganz besondere Perspektiven und Einblicke in die Natur.

Landesbetrieb Wald und Holz NRW

Nationalparkforstamt Eifel

Urfseestraße 34 | 53937 Schleiden-Gemünd

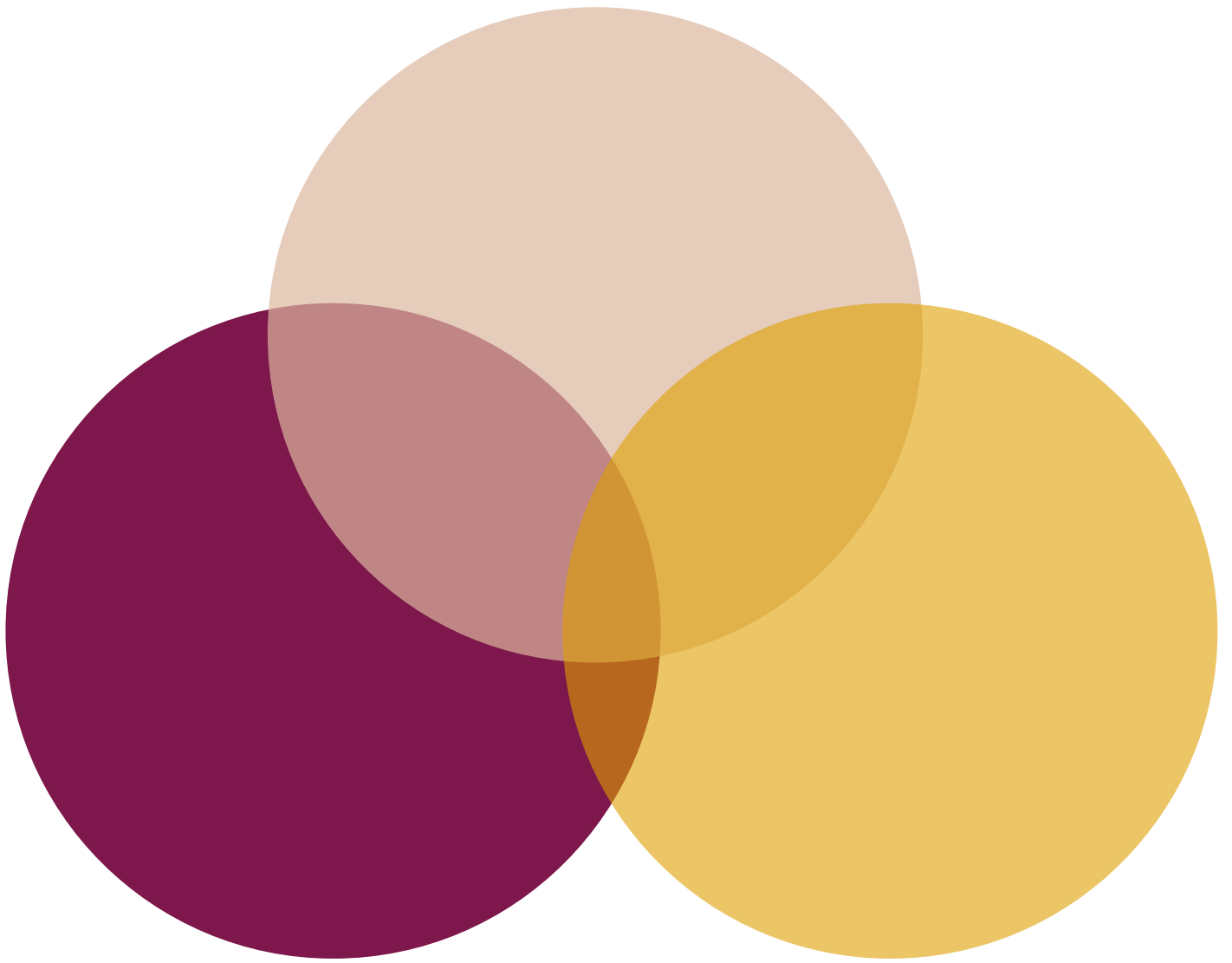
Tel.: 02444 95100 | info@nationalpark-eifel.de

nationalpark-eifel.de













Engelreichs brow room

Im Kosmetikinstitut Engelreich in Erftstadt-Lechenich widmet sich Yvonne Schunck im brow room ihrem Spezialgebiet. Hier stehen Augenbrauen im zentralen Fokus. Mit eigens entwickelten Techniken kombiniert Yvonne Schunck verschiedene Methoden aus klassischem Permanent Make-up und moderner Micropigmentation. Die Pigmentistin legt dabei besonderen Wert auf echt und natürlich aussehende Ergebnisse. Vor allem Chemopatienten, deren eigener Haarwuchs oftmals komplett neu rekonstruiert werden muss, schätzen Yvones Anspruch, eine Härchenzeichnung täuschend echt aussehen zu lassen. Wer hingegen sehr kräftige Augenbrauen hat, aber ständig im Kampf ist mit der Form oder den vorhandenen Lücken, ist in Engelreichs brow room ebenfalls in den richtigen Händen.

Neueste Geräte und Materialien sowie Yvones langjährige Erfahrung in Dermatologie und Visagistik bilden zusammen eine ganz eigene Handschrift der Brauengestaltung. Brow room steht für den perfekten maßgeschneiderten Rahmen zu jedem Gesicht. „Modernes Permanent Make-up ist mit PMU-Methoden aus den Anfängen der 80er Jahre nicht mehr vergleichbar. Die Techniken, Werkzeuge und Pigmente wurden in den letzten Jahren vollkommen

revolutioniert“, so Yvonne Schunck. Softtechniken z.B. bieten der Kundin die Möglichkeit, selbst über die Intensität und Haltbarkeit der Pigmentierung zu entscheiden. Dies gilt natürlich ebenso für die Pigmentierungen von Lippen oder Lidkonturen; auch diese sind Teil der Arbeit im brow room. Die Möglichkeiten im Engelreich sind vielfältig. Ursula Maas und Tochter Yvonne Schunck sind seit mehr als 15 Jahren gemeinsam in der Beautybranche tätig. Auf 2 Etagen bieten sie ausgewählte Treatments in edlem Ambiente. Mit brow room bietet Lechenichs Engelreich dauerhaft perfekte Ausstrahlung, immer in harmonischer Form und Intensität, individuell geschaffen für Ihre Schönheit und Ihren eigenen Stil.

BROW ROOM im Kosmetikinstitut Engelreich

Ursula Maas & Yvonne Schunck

Bonner Str. 9-11 | 50374 Lechenich

Tel. 02235 9947142 | engelreich.info

MÖBIUS

SURREALE

COMICWELTEN

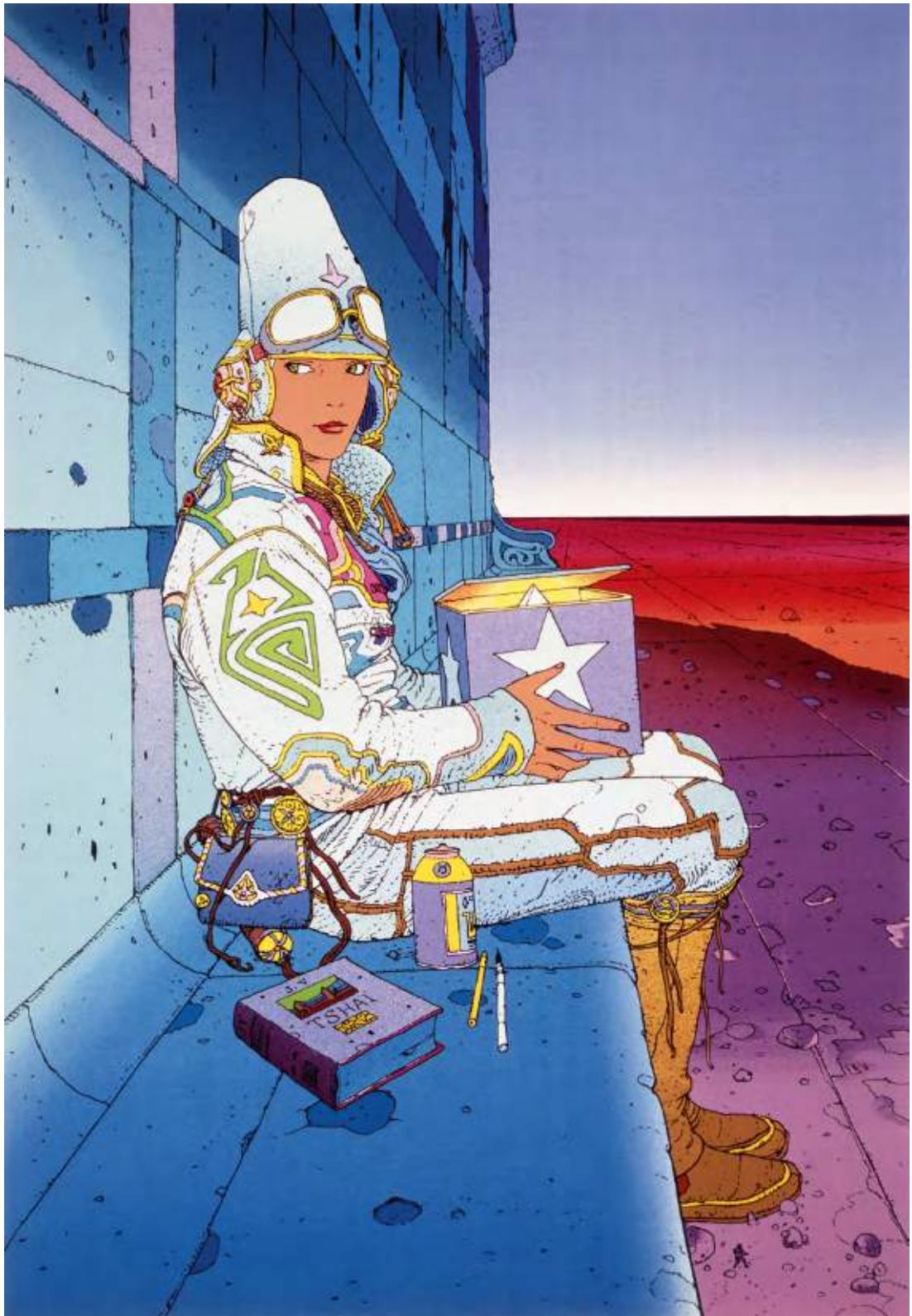
Ausstellung im Max Ernst Museum Brühl des LVR

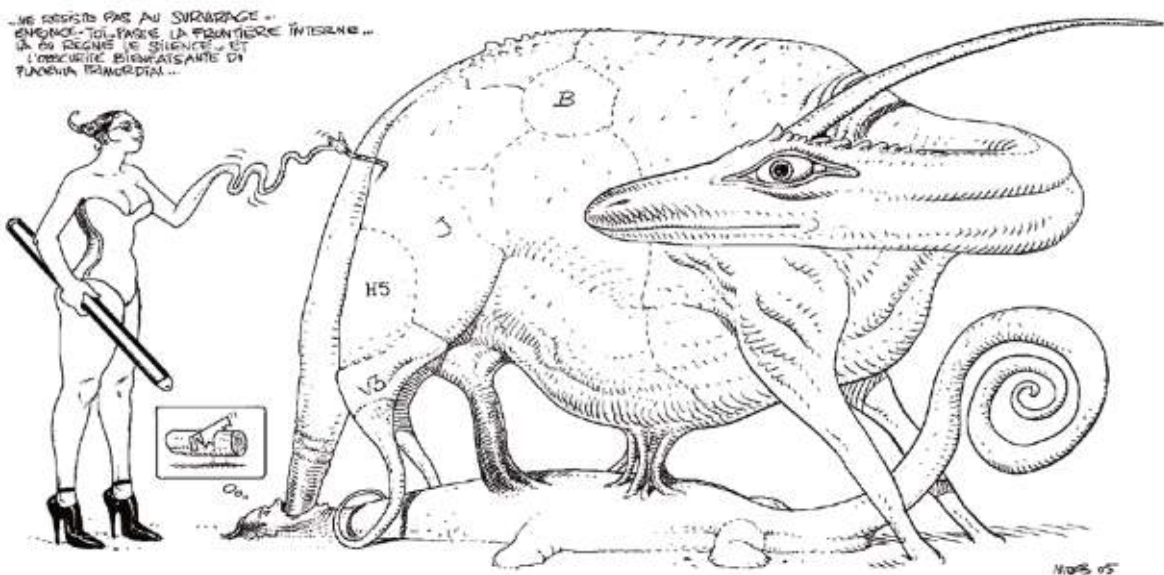
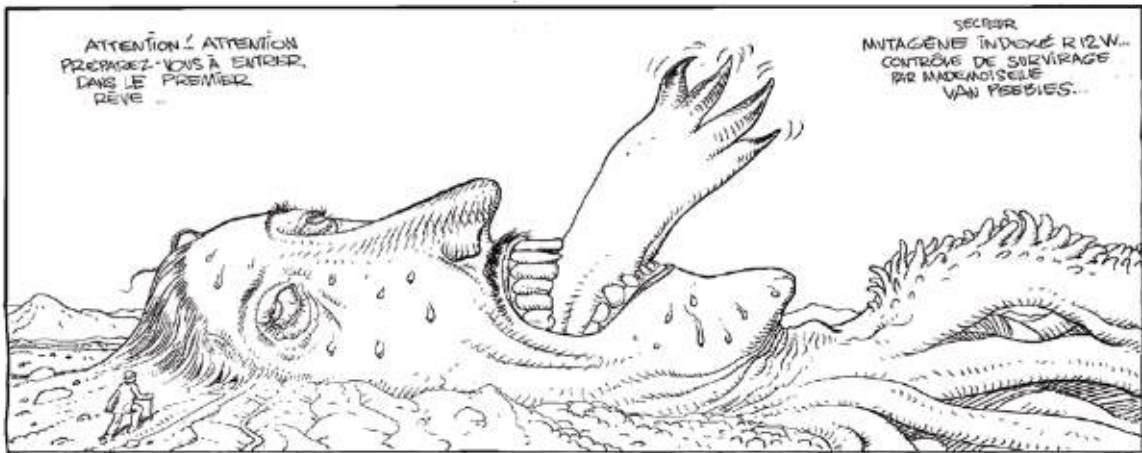
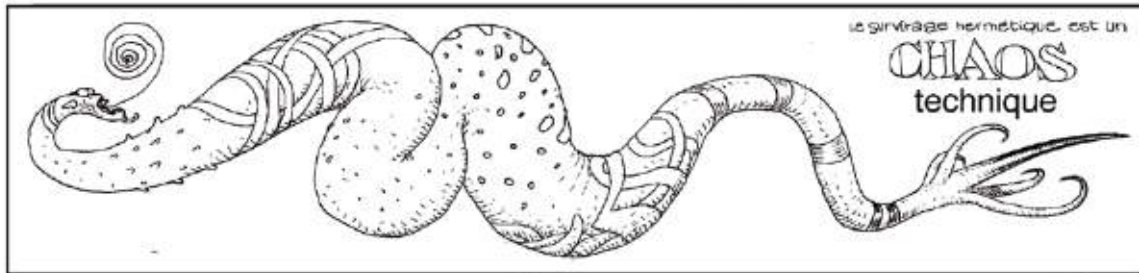
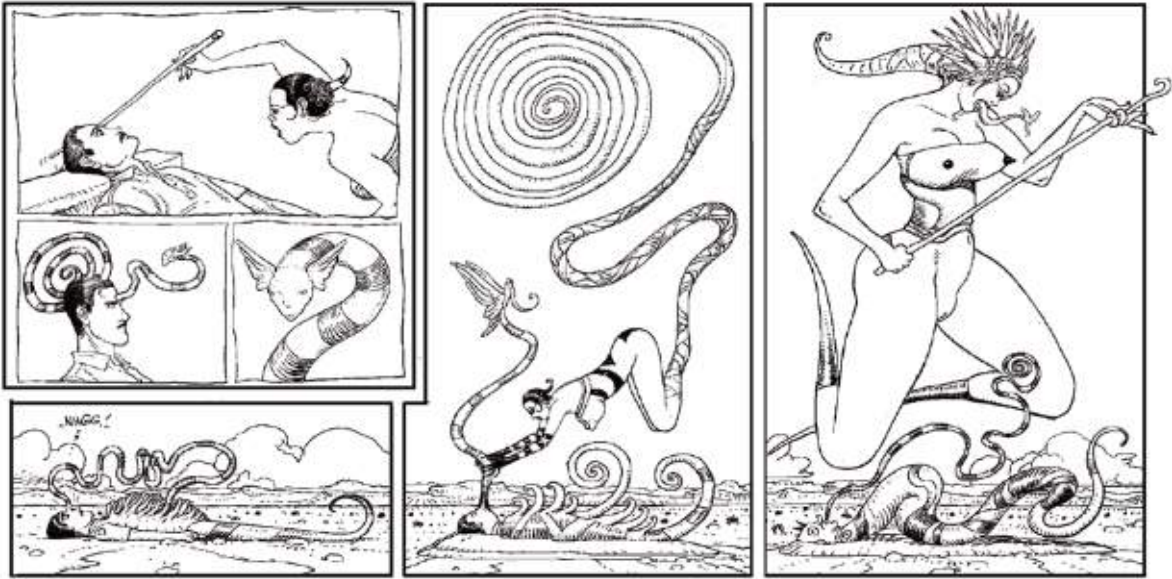
15. September 2019 – 16. Februar 2020



Le Lac (Detail) | 1998 | Entwurf für die Innenausstattung der Spielhalle des Sony Metreon, San Francisco, USA, Acryl und Gouache auf Papier

© Sony Development - Mœbius Production





„MÖBIUS“ – SURREALE COMICWELTEN

Die Ausstellung „MÖBIUS“ im Max Ernst Museum Brühl des LVR vom 15. September 2019 bis zum 16. Februar 2020 präsentiert die visionären Bildwelten des französischen Comiczeichners und Szenaristen Jean Giraud (1938–2012), der unter dem Namen „Mœbius“ international bekannt geworden ist.

Bei Mœbius verschwimmen die Grenzen zwischen Comicstrip und bildender Kunst. Seine Geschichten entwickeln sich zwischen Hightech-Metropolen, futuristischer Architektur und Wüstenlandschaften; seine Helden unternehmen schamanistische Reisen durch Raum und Zeit. Mœbius schrieb mit seinen Werken nicht nur Comicgeschichte, sondern inspirierte auch bedeutende Filmklassiker, etwa von George Lucas, Ridley Scott oder Hayao Miyazaki. Jean Giraud, der sich nach dem Mathematiker und Astronomen August Ferdinand Möbius und dem von ihm beschriebenen „Möbiusband“ benannte, zeichnete unter zwei Pseudonymen: Als „Mœbius“ erforschte er die Sphäre der Science-Fiction und lotete mit Klassikern wie „Arzach“ oder „Die hermetische Garage“ das Comic-Genre neu aus. Als „Gir“ schuf er zusammen mit Jean-Michel Charlier die Westernserie „Leutnant Blueberry“ und begleitete diese zeichnerisch fast 40 Jahre lang. Die in Deutschland bislang umfangreichste Ausstellung zu Mœbius versammelt rund 450 Zeichnungen, Aquarelle, Gemälde und Drucke und folgt thematischen Bereichen wie „Natur und Metamorphose“, „Der Traum vom Fliegen und Fallen“ oder „Die innere Wüste“: Ausgehend von seinen Notizbüchern („Carnets“) über kolorierte Zeichnungen, Comicfolgen und abstrakte Gemälde bis hin zu populären Druckgrafiken wird das Spektrum seiner Zeichenkunst ausgebreitet.

Isabelle Giraud, Ehefrau und Mitarbeiterin von Jean Giraud, Mœbius Production, erläutert dazu: „Beinahe jede Geschichte beginnt oder endet mit Sequenzen, in denen eine Figur fliegt. Für Mœbius steht das Fliegen sinnbildhaft für das immerwährende Bedürfnis, sich im Akt des Zeichnens und im Zuge der Betrachtung der Welt eben dieser zu entziehen, alle Bürden abzuwerfen, sich aufzuschwingen und über die Unbill des irdischen Lebens zu erheben. Das Fliegen erlaubt eine andere Wahrnehmung der Umwelt, ermöglicht es, Abstand zu nehmen und im Traum nach Antworten zu suchen.“

Die Idee zur Ausstellung kam den beiden Kuratoren Dr. Achim Sommer und Patrick Blümel im Anschluss an die crossmediale Ausstellung „The World of Tim Burton“ im Jahr 2015.

Dr. Achim Sommer, Direktor des Max Ernst Museum Brühl des LVR, erklärt die Hintergründe: „Die Nähe zu Max Ernst und den Surrealisten zeigt sich auch durch das Prinzip des automatischen Schreibens, der sogenannten „écriture automatique“. Mœbius schuf rauschartige Bilder, die beeindrucken und immer wieder in Erstaunen versetzen. Zwischen Traum, Metaphysik und Science-Fiction angesiedelt, prägen seine Ideen und Visionen die Ikonografie letzterer bis heute.“

Patrick Blümel, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Max Ernst Museum Brühl des LVR, ergänzt: „Unsere Museumsgäste sollen die ganze Bandbreite von Mœbius als Zeichnergenie erleben können. Deshalb zeigt die Ausstellung auch die vielen medialen Facetten von Mœbius' Schaffen. Zusätzlich wird es zu acht Themenbereichen in der Ausstellung je ein großformatiges Foto an den Wänden geben, das sich mit dem Smartphone und einer speziellen App auch digital animiert erleben lässt.“

Die Retrospektive „Mœbius“ ist in enger Zusammenarbeit mit Mœbius Production entstanden.

Max Ernst Museum Brühl

Comesstraße 42 / Max-Ernst-Allee 1 | 50321 Brühl

Tel. 02232 57930 | maxernstmuseum.lvr.de



Arzak le rocher | 1995 | Gouache und Acryl auf Papier © 2019 Mœbius Production



Oben: La chasse au mayor | 2009 | Acryl auf Leinwand © 2019 Mœbius Production

Unten: Inside Moebius | 2007 | Blatt 82 - 83, Band 6, 2010, Tusche auf Papier, digital bearbeitet und koloriert © 2019 Mœbius Production



Oben: 40 jours dans le désert B | 1999 | Seite 11, Tusche auf Papier, 16 x 23,5 cm © 2019 Mœbius Production

Unten: Trait de génie Giraud-Moebius | 2000 | Tusche und Aquarell auf Papier, 24 x 32 cm © 2019 Mœbius Production







Mode im Wandel der Zeit

Die Mode erfindet sich in jeder Saison aufs Neue. Trends kommen, Trends gehen, einer bleibt: **Peter G.** in Pulheim. Seit nunmehr 35 Jahren ist das Modegeschäft eine feste Größe im Rhein-Erft-Kreis. Das Geschäft wurde seinerzeit von Peter Greis und seiner Frau Leonie Greis gegründet und wird nunmehr in zweiter Generation von Tochter Daniela Greis geführt.

Wenn man das großzügig gestaltete, in hellen und warmen Farben gehaltene und klimatisierte Geschäft betritt, kann man kaum glauben, dass dieses exklusive Lokal im beschaulichen Pulheim beheimatet ist. Diese feine Adresse mit ihrem coolen Ambiente, der schicken Espresso-Bar und der superfreundlichen, individuellen und kompetenten Bedienung durch Daniela Greis und ihr Team könnte genauso

in Berlin, Hamburg oder München sein. Im Bereich Haka führt Peter G. die Marken Alberto, Better Rich, Cinque, Digel, Falke, Fil Noire, Gran Sasso, Milestone und Nowadays.

Im DOB sind es Better Rich, Blauer, Cambio, Cinque, Drykorn, Fiamme Antwerp, Gianna chiarini, Hugenberg, Milano Italy, Oakwood, S. Marlon und VMP.

Peter G. Men & Women

Auf dem Driesch 14 -16 | 50259 Pulheim
Tel. 02238 6321 | peterg.de



*„Es ist nicht immer alles schön,
weil die Sonne scheint.*

*Aber es ist schön,
wenn die Sonne scheint.“*





Anton Steaks - Mit Leidenschaft!

Mitten in Pulheim befindet sich das Steakhaus Anton. Das Restaurant ist eine Top-Empfehlung in der Region und wird von seinen Gästen sehr geschätzt. In einem stilvollen Ambiente werden die Gäste von einem freundlichen Serviceteam empfangen und im Anschluss fachkundig bewirtet. Als Gast können Sie sich ganz der Vorfreude auf kulinarische Gaumenfreuden hingeben. Insbesondere, wenn es um die hohe Schule der Grillkunst und Zubereitung argentinischer Steaks geht, macht das Haus seinem Namen alle Ehre. Argentinisches Steak vom Feinsten – das ist das Motto des Hauses. Als Beilagen werden knackig frische Salate, hausgemachte Saucen und Dips sowie regionale und saisonale Gemüse serviert. Schöne Weine, ein Reissdorf Kölsch, ein Bitburger oder ein Budweiser vom Fass begleiten das Menu. „In Deutschland wird gegessen, in Südamerika dagegen mit Leidenschaft zelebriert“, so bringt Inhaber Walter Anton die Philosophie des Steakhauses auf den Punkt. Die Leidenschaft für seinen Beruf nimmt man Walter Anton gern ab. Als er 1980 sein erstes Steak-Restaurant in Hürth-Glessem eröffnete, war es für ihn noch ein Sprung ins kalte Wasser, doch der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten. Neben leckeren Steaks und anderen feinen Fleischgerichten

bietet die Karte auch Wild- und Spargelgerichte in der jeweiligen Saison. Zum Abschluss des Essens erwarten den Gast wechselnde Desserts wie z.B. die hausgemachte Crema Catalana. Walter Anton und sein Team freuen sich darauf, Sie nach allen Regeln der gepflegten Gastronomie zu verwöhnen.

Anton Steaks | Auf dem Driesch 18 | 50259 Pulheim
Tel. 02238 942027 | anton-steaks.de

*„Er is et nit, ävver
er maat et janz jot.“*

Ein Gespräch mit

MARIO ADORF und **TILO PRÜCKNER**

Fotos Roland-Guido Marx / Uli Grohs





Freundschaft ist eines der großen Themen

Am 08. Januar 2020 wird der neue Spielfilm „Alte Bande“ in der ARD ausgestrahlt. Eine besondere und erneute Zusammenarbeit für Sie beide. Sie kennen sich schon seit einer ganzen Weile.

Mario Adorf (MA): Zum ersten Mal zusammen gespielt haben wir in „Bomber & Paganini“.

Tilo Prückner (TP): Neunzehnhundert ...

MA: ... sechsundsiebzig. Damals kannte ich Dich gar nicht.

TP: Aber ich Dich schon!

MA: Ich war ja damals auch schon über 20 Jahre im Beruf. Und Du hattest gerade angefangen.

TP: Mit dem Drehen. Vorher habe ich auch schon Theater gespielt, aber nicht so viel wie Mario. Ich habe Mario damals sehr verehrt. Okay, das mache ich heute noch ...

MA: Ja, ja, schon gut.

TP: Und als ich gehört habe, ich soll mit ihm spielen, da war ich schon sehr nervös. Aber es ging dann sehr gut. Er hat mir auch seine Tricks verraten.

MA: 1976 haben wir uns also kennengelernt und in Wien „Bomber & Paganini“ gedreht. Tilo wollte immer eine Art Fortsetzung machen, also dass es noch einmal zu einer solchen Zusammenarbeit kommt, in der wir zwei Gangster spielen. Und das hat dann ja auch geklappt, 42 Jahre später.

„Bomber & Paganini“ scheint jedenfalls Eindruck auf Sie gemacht zu haben ...

MA: Es war eine sehr gute Atmosphäre. Wir hatten viel Spaß und haben auch einige Stunts und Unfälle gemeinsam überstanden. Es war eine sehr schöne Zusammenarbeit. Ich hatte selten einen so guten jüngeren Partner.

In welcher Beziehung stehen Boxer und Wallberg, die Nachfolger von Bomber und Paganini?

MA: Als sie noch jung waren, waren sie Komplizen in einer Bande. Meine Figur, Boxer, war zwar der Chef, Wallberg jedoch das Hirn.

TP: Ein bisschen so wie bei „Bomber & Paganini“.

MA: Dann kam eine Zeit der Rivalität, einer erotischen Rivalität. Wegen einer Frau. Und daraus entwickelte sich eine Feindschaft, die sich in unserer Geschichte langsam wieder in eine Freundschaft verwandelt. Und Freundschaft ist eines der großen Themen dieses Films.

TP: Es geht auch um das Älterwerden. Dass der Boxer nicht mehr so richtig zuschlagen kann ...

MA: Er kann, er kann!

TP: Aber er ist danach erschöpft. Der Film ist eine etwas melancholische Komödie, in der auch das Älterwerden reflektiert wird.

MA: Aber es ist keine Greisengeschichte. Es sind zwei alte Männer ...

TP: ... die gerne leben!

MA: ... die gerne leben und dem Alter in manchen Dingen dann doch ein Schnippchen schlagen. Es geht gar nicht darum, dass man sie bedauert oder so. Man soll sie eher bewundern für ihre Vitalität.

Kommen wir noch einmal zurück zum Thema Freundschaft ...

MA: Eines der großen Versäumnisse meines Privatlebens ist es, Freundschaften nicht gepflegt zu haben. Ich habe es für geradezu selbstverständlich genommen, bei den Dreharbeiten immer wieder Menschen kennenzulernen, die man sehr mag, sogar an sich binden möchte. Aber nach der großen Intimität während des Drehs ist man am Ende dann wieder alleine, geht zum nächsten Film und wird den anderen vielleicht 20, 30 Jahre nicht wiedersehen. Ich bedaure, dass ich da etwas versäumt habe. Da habe ich Shakespeare nicht ernst genommen, der Polonius zu seinem Sohn sagen lässt, dass man Freunde mit stählernen Banden an sich fesseln soll. Das habe ich verpasst.

TP: Das ist auch ein Ergebnis der Filmerei. Man hat eine Scheinintimität, eine Scheinfreundschaft.

MA: Scheinfreundschaften würde ich das nicht nennen. Ich glaube, im Ansatz sind sie wie eine echte Freundschaft. Sie werden nur nicht fortgeführt.

Inwieweit ist das Drehen eines Films eine intime Erfahrung?

MA: Man lernt da eine Frau, eine Partnerin, kennen, und schon am ersten oder zweiten Drehtag muss man eine Liebesszene im Bett spielen.

TP: Muss!

MA: Man muss also sehr schnell dieses private Visier, den Schutz, den wir im Laufe der Zeit ausgebildet haben, fallen lassen, damit es zu dieser Intimität kommt. Man muss ja glaubhaft sein. Man muss in diesem Augenblick alle seine Verteidigungsmechanismen vergessen. Das ist schon eine delikate Sache. Und bei männlichen Kollegen habe ich halt öfter mal gedacht, den möchte ich gerne als Freund haben, und dann bemüht man sich doch nicht. Und das ist manchmal eben schade.

Herr Adorf, Sie sprechen in „Alte Bande“ rheinischen Dialekt, und man sieht bei den Außenaufnahmen auch immer wieder Köln. Welche Verbindung haben Sie zu dieser Stadt?

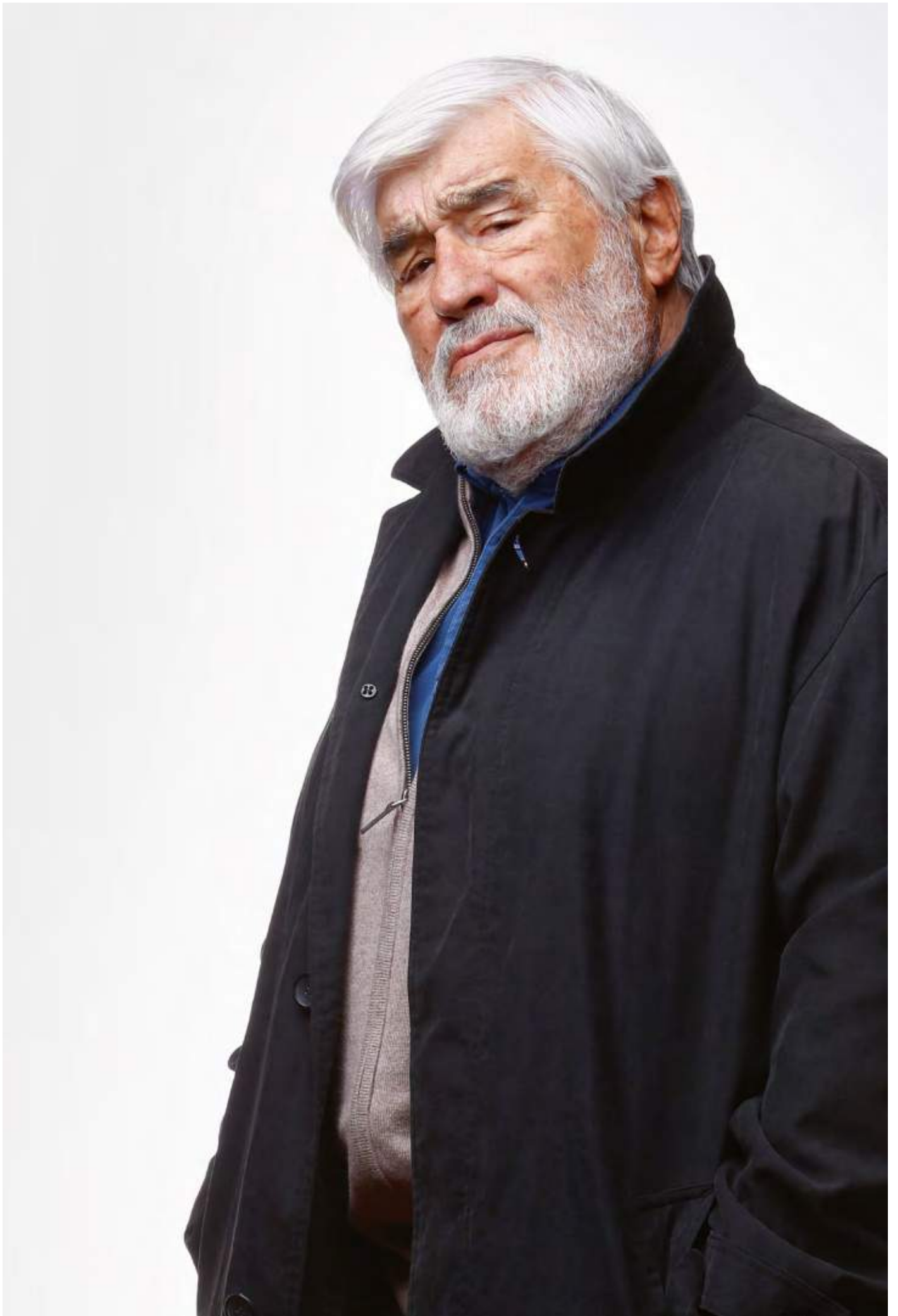
MA: Für mich als Eifler war Köln immer die nächste, die wichtige Stadt. Ich erinnere mich noch, wie es war, gleich nach dem Krieg in das völlig zerstörte Köln zu kommen. Schon von 20, 30 Kilometer sah man den Dom in seiner Gänze – nicht nur die Spitzen. Alles andere war platt. Köln hatte immer eine große Anziehungskraft auf mich. In meiner Jugend war ich auch ein Karnevalsjeck. Das hat mir Spaß gemacht, habe ich aber später abgelegt, weil ich ja in München lebte und der Karneval und der Fasching nichts miteinander zu tun haben.

Und der rheinische Dialekt?

MA: Der Eifler Dialekt ist sehr hart und unverständlich. Mein Heimatdialekt ist das Rheinische. Vom ersten Film an. Ich habe immer wieder Rheinländer gespielt, in „Die Blechtrommel“, in „Die verlorene Ehre der Katharina Blum“ ... Wenn ich Kölsch spreche, sagt ein richtiger Kölner allerdings: „Er is et nit, ävver er maat et janz jot.“

Das Gespräch führte Anita Elsani, die „Alte Bande“ für den WDR produziert hat.









C. Richter Intercoiffure by Ryf

Seit vielen Jahren ist der Friseursalon C. Richter Intercoiffure by Ryf in Erfstadt-Lechenich bereits bekannt. In modernem, hellem Ambiente werden Friseurdienstleistungen auf höchstem Niveau angeboten. Das Intercoiffure-Team ist stets mit der aktuellen Entwicklung in der Haarmode vertraut. Durch regelmäßige, qualifizierte fachliche Fortbildung und Trainings sind seine Top-Stylistinnen und -Stylisten in Schneide- und Colorationstechniken sowie in Trend-Stylings hervorragend geschult. Neu bei C. Richter Intercoiffure by Ryf: Der Calligraphy Cut, bekannt aus der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“.

Calligraphy Cut bei C. Richter Intercoiffure by Ryf

Beim Calligraphy Cut - abgeleitet vom Wort „Kalligrafie“, also der Kunst des Schönschreibens - werden die Haare nicht wie üblich mit einer Friseurschere oder einem Messer geschnitten, sondern mit dem sogenannten Calligraphen. Dieser wird ähnlich sanft wie ein Kalligrafie-Stift geführt, um die Haare schonend zu schneiden. Durch die schräge Schnittfläche des Calligraphen wird die Oberfläche der Haarspitzen geschont. Dadurch wirken die Haare optisch voluminöser. Außerdem kann durch die schräge Schnittfläche mehr Pflege aufgenommen werden - ähnlich wie bei einem Blumenstil,

den man für die bessere Wasseraufnahme auch leicht schräg anschneidet. Das Besondere: Die Form des Calligraphen sorgt dafür, dass die Haare in einem Winkel von 21 bis 23 Grad schräg abgeschnitten werden. Das hat mehrere Vorteile. Die Haare werden dadurch verletzungsfrei abgeschnitten. Im Vergleich: Bei einer üblichen Friseurschere werden die Haare mehr gequetscht als geschnitten - und: Die schrägen Haarspitzen sind elastischer und beweglicher. Das beugt nicht nur Spliss vor, sondern sorgt auch für volleres Haar. Die Frisur lässt sich flexibler stylen und zeichnet sich durch eine längere Haltbarkeit aus. Tendenziell liegt der Calligraphy Cut etwas über dem normalen Preis für einen Haarschnitt. Das liegt hauptsächlich daran, dass der/die Friseur/in mehr Zeit für den Schnitt benötigt.

C. Richter Intercoiffure by Ryf

Elsa-Brandström-Str. 1a | 50374 Erfstadt-Lechenich

Tel. 02235 5355 | friseurteam-richter.de





REM

EMB

ERW

HOY

OUA

RE

Impressum

styleglobe

Die schönen Dinge in Deiner Region

Herausgeber (v.i.S.d.P.)

Sebastian Vogler

Große Heide 9 | 53919 Weilerswist

styleglobe.com | styleglobe@gmx.de

Tel. 0175 89 64 048

Konzeption & Design

FEYYAZ

feyyaz.com

Gültige Anzeigenpreisliste

#1 von Juni 2019

Vertrieb

styleglobe ist im Rheinland kostenlos über den teilnehmenden Einzelhandel erhältlich. Außerdem erfolgt die Verbreitung über ausgewählte Arztpraxen und Friseure.

Cover

LANIUS, Foto Marco Trunz

Photo-Credits

S. 2 Oleg Magni, S. 5 Chait Goli, S. 15 Wendy van Zyl, S. 34 OpenClipart-Vectors/Pixabay, S. 45 Free-Photos/Pixabay, S. 54 Javon Swaby, S. 69 Hans Braxmeier, S. 73, 77 Plakat-Shooting für „Der letzte Mensch“ Uli Grohs, S. 74, 76 Standfotos aus „Alte Bande“ Roland-Guido Marx, S. 80 VolensNolens, S. 83 garageband, S. 84 (Rückseite Magazin) PHYNE

Rechtliches

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags. Das gilt auch für die Aufnahme in elektronische Medien und Mailboxen sowie für die Vervielfältigung, Veröffentlichungen und Verbreitung auf jeglichen analogen und digitalen Datenträgern oder über das Internet.

Copyright © 2019 styleglobe/FEYYAZ. Und bei allen anderen Autoren, soweit näher bezeichnet. Alle Rechte vorbehalten.



LOVE PEACE HOPE and MYSTERY

