

# GOOD LIFE SPIRIT

N°5  
2016/17  
€ 4,90 (A)  
€ 5,90 (D)  
SFR 6,50

ANDERS DENKEN – ANDERS LEBEN

AUF & DAVON paradiesgarten „anima“  
japan, malawi & tapati  
sehnsuchtsziel laamu

engel, hexen, mond & kabbala  
was die liebe zusammenhält  
katzenmenschen

ZEITSIGNAL





**La Premiere** heißt das Züricher Label, das sich „auf genau ein Kleidungsstück konzentriert: den besten Mantel weit und breit, der die Frau ein ganzes Leben lang begleiten soll“ („Süddeutsche Zeitung“). Karin Anna Biedert und Beatrice Capdevila haben für die kalte Jahreszeit nur 80 Stück zum Preis von jeweils 1000 Euro produziert – eine Version aus Walkloden, eine andere aus flauschigerem Alpaka. „Zwischen Wolle und Seide vernähen sie eine Wolleinlage: So wird der Mantel wintertauglich, ohne ihn zu beschweren oder voluminös zu machen. Allerdings soll in Zukunft auch eine leichte Sommerversion hinzukommen.“  
Kleidung für das ganze Leben? „Im Durchschnitt kaufen wir fünf bis sechs Teile pro Monat, etwa 70 im Jahr“, besagt eine aktuelle Studie der Caledonian University in Glasgow. Etwa zehn Mal wird das Outfit getragen, „dann muss Neues her“.



## schwarz und rot?

Für den Psychologen und Farbtherapeuten Max Lüscher steht fest: Leute, die gerne Schwarz tragen, haben „einen eigensinnigen Anspruch auf Geltung“. Wer Schwarz als seine Lieblingsfarbe bezeichnet, ist ziemlich einsam? Jedenfalls auf der Skala der Farbvorlieben. Mehr als ein Drittel der Deutschen bezeichnet Blau als ihre liebste Farbe, ein Fünftel liebt Rot. Und nicht einmal ein Zehntel sieht, was die Bekleidung und die Accessoires angeht, Schwarz. Schwarzes Outfit macht schlank? Dafür wirkt Rot auf Menschen besonders intensiv, egal, ob als Lippenstift, Nagellack, Schuh, Tasche oder als Kleidungsstück. In den USA fand man bei Tests heraus, dass eine Person in einem roten Pullover als weitaus attraktiver wahrgenommen wird als jemand in einem andersfarbigen. Demnach wäre es ein absoluter Wahnsinn, etwas zu tragen, was nicht rot ist? Man wird, sagt Max Lüscher, stets abwägen müssen, „wie viel Rot man eigentlich selbst verträgt“. Die Kombination Rot und Schwarz? Grandios! Der sichtbare Beweis dafür ist der Mix des französischen Labels Sessun (Abb.) Die Kombination Rot und Rosa? Kann, so wie Grün und Orange, schwer ins Auge gehen. Die Bekleidung kann Ordnung in das Chaos der modernen Welt bringen, Beständigkeit ist der Anker in diesen unsicheren Zeiten? Weibliche Führungskräfte wissen: Selbstbewusstsein ist allemal wichtiger als trendige Bekleidung und Accessoires.

# WAS KOMMT, WAS BLEIBT

BANDANA, SONNENBRILLE & TASCHE

**Eine Sonnenbrille**, wie das Unisex-Modell von Polaroid (Abb.), kann einem ein ganz neues Erscheinungsbild verpassen oder die Persönlichkeit unterstreichen. Schwarzer Rand? Damit man nicht zu streng wirkt: liebliches Make-up, offene Haare. Wer eine Sonnenbrille trägt, sieht alles, ohne sich auszuliefern? Möglicherweise mit ein Grund, weshalb Karl Lagerfeld ständig eine trägt.  
**Das Bandana** von Louis Vuitton (Abb.) schmückt gleichfalls den Kopf von Fashionistas rund um den Globus. Männer verschenken das quadratische Tuch, Frauen lieben es.  
**Damentaschen** sind seit den 90ern ins Zentrum der Mode gerückt, und sorgen seither unter dem Begriff It-Bag oftmals für mehr Furore als jeder Bekleidungsentwurf. Das hat gute Gründe:



Ein It-Bag-Treffer sorgt für hohe Margen. Bei verhältnismäßig kleinem Lager- und Personalaufwand ist mit Taschen einfacher Geld zu verdienen als mit Couture.

Das Ziel der Produzenten: Eine so tief in Fleisch und Blut übergehende Markentreue, dass sie Teil der Identität der Trägerin wird. Dies ist der heilige Gral des Marketings, den man in der Welt der Werbung „lovemark“ nennt, Liebesmarkierung. Big Chic? Das XXL-Modell fürs Büro spielt, egal ob als Rechteck, Quadrat oder asymmetrisch – eine tragende Rolle. Variabel auch die Henkellängen – von superkurz bis schulterlang. Beim Material dagegen herrscht eine eindeutige Tendenz: Leder ist immer noch der Geschäftspartner Nummer eins, ob nun genarbt, in Kroko-Optik oder Logo-geprägt. Alle Farben sind erlaubt? Weiß macht sich lediglich im Sommer gut.

Nur Insider kennen das Label? „Genau das ergibt den Fun“, heißt es im Magazin „Faces“. An der Tasche kann man sich festhalten? „Mit ihr eliminieren viele Frauen die Unsicherheit“, liest man im „Harper's Bazaar“. Ja, bisweilen wirke der Liebling der Frauen sogar als Antidepressivum. Vom Büro ins Theater/Konzert? Dann braucht es etwas Kleineres. Es gilt die Regel: Je länger das Kleid,

desto kleiner sollte die Clutch sein. Cocktailkleider sehen auch mit größeren Formaten, wie dem hier abgebildeten Modell von Bulgari in silber/gold glänzendem Echslenleder gut aus.

Verleiht Glamour und setzt unübersehbare Signale: Die elegante, aus herrlich weichem Lammleder gefertigte „Balloon Bag“ von Bea Bühler (Abb.) mit Lederband oder auswechselbarer, goldplatinierter Kette.

