

Punkte sammeln in der Szenebar

Standortbezogene Dienste mit Hilfe von GPS oder W-Lan-Netzen sind angeblich das nächste große Ding im Internet. Nach dem Twitter-Hype kommen nun geobasierte Angebote wie zum Beispiel Four-square oder Gowalla. Per Smartphone kann man seinen Freunden mitteilen, wo man sich gerade befindet. Die Nutzerzahlen dieser digitalen Angebote steigen rasant. Bei beiden Diensten, die sehr spielerisch aufgebaut sind, gibt es Ranglisten, etwa über die Zahl der Aufenthalte in einer Bar. So entsteht nebenbei auch ein lukrativer Markt für wortwörtlich lokale Werbung, weil bekannt ist, wer sich wo befindet. Außerdem sind Kooperationen mit Restaurants oder Läden denkbar. In den USA und einigen deutschen Städten schließen sich bereits die ersten Clubs und Boutiquen zusammen – inklusive Freigetränk für Kunden, die besonders oft einchecken. (dpa)

Ladegerät fürs Handy in nobler Ausführung

Unverzichtbar, aber hässlich: Mit diesem Image von Ladegeräten fürs Handy räumt ein deutsch-österreichisches Designduo auf. In der Modemetropole Paris sorgt Bless mit kunstvoll gestalteten Modellen für Aufsehen. Bei dem 350 Euro teuren Spitzenmodell ist das Kabel mit Strasssteinen besetzt. Es geht aber auch schlichter: Eine strohfarbene Einstiegsversion gibt es für vergleichsweise günstige 99 Euro. Sie heißt passend iNatural für iPhone-Nutzer und BNatural für BlackBerry-Besitzer. Hinter dem Designduo Bless, das auch hochwertige Mode für sie und ihn verkauft, stecken die Deutsche Ines Kaag und die Österreicherin Desiree Heiss. Die beiden hatten sich 1993 während ihres Designstudiums in Paris kennengelernt. Heiss lebt mittlerweile dauerhaft in der französischen Hauptstadt. Kaag arbeitet von Berlin aus für die gemeinsame Marke.

www.bless-service.de

Stilschule

Als Mann lässig gekleidet ins Büro

Kleider machen Leute. Insbesondere im Berufsleben spielt der Dresscode bis heute eine wichtige Rolle. Unsere Stilexpertin erklärt die Finessen einer erfolversprechenden Garderobe.

VON ULRIKE MAYER

Der Begriff Smart Casual hat inzwischen in alle Hierarchien und Branchen Einzug gehalten. Dennoch gilt: „Wie du kommst gegangen, so du wirst empfangen.“ Deshalb sollte die Kleidung nicht zu lässig ausfallen. Denn auch bei diesem Dresscode gelten bestimmte Regeln. Eine grundlegende ist: Kombinieren Sie nie sehr formelle Kleidungsstücke aus der eleganten Business-Garderobe mit Einzelteilen aus der gepflegten Freizeitgarderobe. So ist ein Nadelstreifensakko mit einem Shirt oder einer Stoffhose keine gute Wahl. Auch ein dunkelblauer Anzug zeigt sich auf diese Weise nicht von einer lässigen Seite. Eine Ausnahme stellt der dunkelblaue Zwei-Knopf-Sakko dar. Mit einer Jeans, Cordhose oder einer Chino getragen, ist er für viele Situationen unentbehrlich.

Den schlichten, anthrazitfarbenen Anzug können Sie durchaus teilen, und die Hose mit einem Shirt guter Qualität, einem Pullover aus Merinowolle – gern mit Rollkragen – oder einem Hemd mit Pullunder kombinieren. Die Krawatte darf im Schrank bleiben. Tragen Sie stattdessen besser einen Krawattenschal. Möchten Sie die Krawatte dennoch einsetzen, dann sollten Sie eine Kombination mit einem V-Pullover oder einem klassischen Pullunder wählen.



Ein Tipp: Binden Sie sich einen schönen Pullover lässig über die Schulter. Das hat Stil und wirkt leger. Geht es im Büro etwas lockerer zu, dann ist durchaus auch mal Farbe angesagt. Tragen Sie eine, die Ihnen gut steht. Schöne, zeitlose Karohemden und breitere Streifenmuster im Hemd ergänzen Ihren lässigen Business-Stil und sind unverzichtbar in Ihrer Garderobe. Und zum Schluss noch eine Erinnerung: Achten Sie auf Ihre Schuhe.

Hauptsache kuschelig

Der Verkauf von Wärmflaschen boomt – Längst haben sie ihr Oma-Image abgelegt, witzige und moderne Bezüge bekommen

Die Wärmflasche wärmt, löst Verspannungen, lindert Schmerzen. Kommt sie dazuhin gut gekleidet daher, ist sie Kult. Hübsche Hüllen finden sich für jeden Geschmack. Designer orientieren sich an der Mode, aber auch an Wohnaccessoires und sogar an Autos.

VON STEFANIE KÖHLER

„Eine Wärmflasche ist doch bloß was für Omas.“ Falsch. Was die Großmutter schon wusste, wissen die Menschen noch heute zu schätzen: dass die Wärmflasche ein bewährtes Hausmittel ist. Sie hilft gegen Verspannungen im Nacken, am Rücken oder bei Bauchschmerzen. In erster Linie aber gegen Kälte. Die Vorläufer der Wärmflasche, wie man sie heute kennt, haben ihren Ursprung wohl Anfang des 16. Jahrhunderts. Bis dahin legte man erhitzte Steine in die Betten. Sie wurden abgelöst von flaschenförmigen Gefäßen aus Zinn. Die erwiesen sich als unpraktisch, weil sie aus dem Bett rollten.

Die moderne Wärmflasche hat ihren Häkelbezug abgestreift. Sie trägt einen flauschigen Bezug in einer gedeckten Farbe

Nach wie vor praktisch, ist die Wärmflasche ein Kultprodukt geworden. Es gibt günstige und teure, und für jedermanns Geschmack ist ein Modell zu haben. Heiß werden sie, indem man Wasser kocht, in die Flasche füllt und diese gut verschließt. Optisch hat die Wärmflasche ihr Oma-Image in Form ihres hässlichen Häkelbezugs abgelegt und sich eine hippe Hülle übergezogen. Der altbackene Überzieher war ein Erbe aus dem 18. Jahrhundert. Damals waren die Betterhitzer aus Zink oder Kupfer. Damit sich keiner am Metall verbrannte, stülpten die Hersteller ihnen Häkelbezüge über.

Die moderne Wärmflasche trägt einen Bezug mit Zebra- oder Kuhfellmuster. Gerne wirft sie sich auch einen schlichten Strickpullover oder ein flauschiges Fell über – echt oder imitiert. In glanzlosem Gummi, also nackt, erscheint die Wärmflasche selten. Die Hersteller setzten Gummi erstmals in den 1920ern ein. Das Material kann jedoch undicht werden – dann herrscht Verbrühungsgefahr.

Heute bestehen Wärmflaschen häufig aus hitzebeständigen Kunststoffen, wie zum Beispiel

TRADITIONELL

So sieht die gute alte Wärmflasche aus Kupfer aus. Damals wurde sie mit Holzkohle oder Steinen gefüllt, heute kommt Wasser rein. Auf www.manufactum.de gibt's die Nachbildung des Originals für 85 Euro.

dem thermoplastischen Kunststoff. Der glänzt und altert langsamer, da er Hitze besser verträgt als Gummi. Wovon die Kunden meist nichts merken. „Immer mehr Menschen kaufen sich Wärmflaschen mit Bezügen“, sagt Wolfgang Kraus (47). Er ist der Geschäftsführer von Fashy in Korntal-Münchingen (Kreis Ludwigsburg). Nach eigenen Angaben ist das Unternehmen der größte deutsche Hersteller der portablen Heizquelle. Pro Jahr werden mehr als 3,6 Millionen Stück ins In- und Ausland verkauft.

Wie viele andere Hersteller machen auch Kraus und seine Mitarbeiter Wärme zum Wohlfühlen: Die Wärmflaschen erfüllen ihren Zweck, sehen modisch aus. Auf Textilmessen spüren die Fashy-Designer Neuheiten auf. Dabei orientieren sie sich nicht nur an der aktuellen Mode oder an Handtüchern und Gardinen. Auch der Automarkt inspiriert sie. „Seit Herbst gibt es Autos in einem dunkleren Braun“, sagt Kraus. Der Farbton treffe zwar nicht seinen Geschmack, aber den der Kunden. Lediglich in einer Sache sind sich offenbar alle einig. „Die Wärmflaschen müssen schön kuschelig sein“, sagt Kraus. Gefragt seien Bezüge aus Strick, Fleece, Baumwolle, Velours und Fell, ein Trend aus England. Anders als die Firma Steiner 1888 im österreichischen Mandling verarbeitet Fashy nur Fellimitate.

Dennoch darf der Stoff weder billig sein noch so aussehen. Viele Menschen verschen-



VERSPIELT

Kinder nehmen am liebsten Wärmflaschen in Tierform mit ins Bett. Auch Lizenzmotive aus Filmen wie „Hannah Montana“ oder „Sponge Bob“ sind beliebte Bettwärmer. Die Fischwärmflasche von Hugo Froesch kostet 7,95 Euro. Sie gibt es auf www.frosch-shop.de.

ken Wärmflaschen, begründet Kraus die Wichtigkeit der Qualität. „Die Leute achten auf hochwertige Bezüge.“ Farblich passen sie sich den kalten ungemütlichen Jahreszeiten an. Herbst und Winter sind optisch schlicht, was sich in den Bezügen widerspiegelt. „Gedeckte Farben sind angesagt“, sagt Kraus. Die Käufer liebten ein dezentes Orange, Grün oder Braun. Der Fashy-Geschäftsführer vergleicht den Trend mit dem Ambiente in Wellness-tempeln. „Dort ist das

TRENDY

Wärmflaschen im Kuhdesign (13,95 Euro) oder mit einem Kaschmirbezug im schlichten Strickpulldesign (59,95 Euro) sind in. Zu finden sind sie unter www.fashy.de.



LUXURIÖS

Wärme mit Kuschelfaktor. Doch Emilia kostet, schließlich besteht die Hülle des Modells aus echtem Rexkaninfell und Kaschmir: Erhältlich für 238 Euro bei www.steiner1888.at. Wärmflaschen mit Kunstfell gibt es auf www.dawanda.com.

Gestaltung: Anette C. Weber

Starke Einzelteile weisen den Weg

Bei der Mode des Jahres 2010 gilt: Kein Trend ist Trend – Unterwäsche will nach oben

VON STEFANIE SCHÜTTE

Vielleicht bargen die unfertigen Nähte bei einigen Designerschauen die stärkste Botschaft für das kommende Frühjahr: Ein fertiges Modebild gibt es nicht mehr. Während Balenciaga in Paris eine Amazone über den Laufsteg schickte, gab es bei Valentino Romantik oder bei Alexander McQueen futuristische Wesen. „Man kann einen Tag zur Rockerin werden und am nächsten zur schicken Lady“, beschrieb eine amerikanische „Vogue“-Redakteurin den Stilmix.

Während die Designer für die aktuelle Winter-Saison mit dem Comeback der Power-Frau ein klares Signal gesetzt haben, erlauben ihre Entwürfe für dieses Jahr ein amüsantes Spiel mit verschiedenen Identitäten. Nur der Rollenwechsel hin zum Mann bleibt der Frau erspart: Alles wirkt feminin. „Trendfarben, -längen oder -formen gibt es unserer Meinung nach nicht mehr“, sagen die deutschen Designer Johnny Talbot und Adrian Runhof, die in Paris ihr Label Talbot Runhof mit einem guten Mix aus frechen Minikleidern in Nadelstreifen, toll gerafften Abendroben in Satin und zarten Blütengewändern zeigten. Zunehmend werde die Mode beeinflusst von verschiedenen Szenen und Subkulturen, so dass modisch alles möglich sei. „Mehr denn je geht es darum, Kleider zu entwerfen, die Frauen haben, tragen und ganz lange behalten wollen“, sagen die beiden Münchner. Sie hätten sich beim Entwerfen diesmal schlicht gefragt, was ein Kleidungsstück zu einem Lieblingsteil mache, das man nicht mehr ausziehen und weggeben wolle.

Wider Erwarten setzten auch die offenen Säume, die in Mailand in den Kollektionen von Prada oder bei Jil Sander zu sehen waren, keinen allgemeinen Trend. Noch in Mailand machten viele Moderedakteure einen neuen Hang zur Dekonstruktion aus. Doch nach den Pariser Schauen war davon kaum noch die Rede.

Eine starke Tendenz gibt es für die nächste Saison dennoch: Unterwäsche wird zur Oberbekleidung. Während Jean Paul Gaultier an die eigenen Entwürfe für Madonnas Blonde Ambition Tour in den 80er Jahren anknüpfte – mit roséfarbenen Miedern mit Raketenbusen –, zeigten Dolce & Gabbana Lingerie mit Anklängen an die 50er und Dior an die 40er Jahre. Als Corsagen-Kleid in Pudertönen mit betonten Nähten oder als schwarzes Negligé taugt der Wäsche-Look in der kommenden Saison auf jeden Fall als Party-Outfit.

Und: Der Mini-Rock ist zurück. „Bei den Kleidern ist die kurze, sogar sehr kurze, Version vorrangig“, sagen die Berliner Trendexperten Josef Voelk und Emmanuel de Baysier. Ihr Laden The Corner gilt in Sachen Designermode als einer der wich-



Starkes Solo: Das Jil-Sander-Kleid beeindruckt durch seine extravagante Form und seine Leuchtkraft Foto: dpa

tigsten in Deutschland. Oft würden Kleider aber durch Jacken ersetzt – das erbege eine neue Silhouette. Bei den Jacken gibt es kurze und lange Varianten, mal ärmellos, mal mit starker Schulter, oft in Leder, aber auch in Bouclé oder mit ethnischen Einflüssen.

Bei den Hosen sehen de Baysier und Voelk drei Alternativen: die Sarouel- oder Haremsform (mit tiefem Schritt), die Karottenform und die Leggings.

In jedem Fall machen 2010 starke Einzelteile das modische Rennen. Die in Paris bejubelte erste Kollektion der britischen Designerin Phoebe Philo für das Luxushaus Céline lieferte dafür gute Beispiele: Jeder Entwurf war vollendet gearbeitet, von den Seidenblusen mit Militär-Elementen bis zu den Sackleinen-Minis mit schmalen Lederkanten. „Investmentmode ist der Trend, auf den wir setzen. Mode, die langlebig ist, weil sie in Design, Material und Verarbeitung einfach Klasse besitzt“, sagt auch Gabriele Strehle. Mit ihrer Marke Strenesse verfolgt die Designerin diese Philosophie. Ob das schmale Shirt-Kleid mit ineinanderfließenden Aquarelltönen, die cognacfarbene Lederjacke mit großem Kragen oder die locker fallende Haremschleife: Die Kundin braucht in der kommenden Saison keine Ensembles, sondern großartige Einzelstücke.

Günstig zu mehr Fitness

Trainingsgeräte für zu Hause gibt es viele. Doch nicht jeder möchte oder kann hierfür viel Geld ausgeben. Doch manche Fitness-Utilensilien kosten wenig und sind dennoch eine gute Hilfe.

Elastisches Band: Ob zur Stärkung der Arm- und Brustmuskulatur oder fürs Dehnen – die Trainingsbänder lassen sich vielseitig einsetzen und passen in jede Tasche. Je nach Festigkeit (erkennbar an den Farben) ist bei den Übungen ein leichter bis starker Zug erforderlich. **Kosten:** 5 bis 15 Euro.

Springseil: Schon zehn Minuten Seilspringen trainieren Herz und Kreislauf. Dabei werden 120 Kilokalorien verbrannt und wird die Figur gestrafft. **Kosten:** ab 5 Euro.

Gymnastikmatte: Hilfreich bei Gymnastikübungen am Boden. Die Kniegelenke werden geschont, ein Auskühlen verhindert. Tipp: für Yoga-Übungen eine rutschfeste Matte wählen. **Kosten:** ab 10 Euro, Yogamatten ab 20 Euro.

Hanteln und Gewichtsmanschetten: Arme und Oberkörper lassen sich mit ihnen nebenbei stärken, etwa beim Fernsehen. Zudem erhöhen sie den Trainingseffekt beim Walken oder Joggen. Erhältlich in verschiedenen Gewichtsklassen (250 Gramm bis 2 Kilogramm). **Kosten:** ab 7 Euro pro Set.

Sitzball: Durch das Ausbalancieren des Gleichgewichts kräftigt er die Wirbelsäule und lässt sich für Gymnastikübungen verwenden. Der Ball muss auf die Körpergröße abgestimmt sein. **Kosten:** ab 9 Euro. (mm)