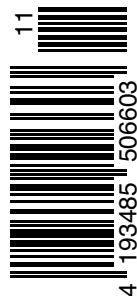


Only the Best

BRAND SPACES



Deutschland 6,60 € · Italien 6,60 € · Österreich 6,60 € · Schweiz 6,75 CHF · 2024

LUCDONCKERWOLKE
DERGRENZSPRENGER

HOMEOFGOLF
STANDREWS

FRANKTHELEN
BAUKASTENDERZUKUNFT

DAS BESTE AUS GENUSS & REISE

DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN

DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT

Raumfüllender Klang



BANG & OLUFSEN AM VIKTUALIENMARKT
REICHENBACHSTRASSE 9
80469 MÜNCHEN | 089-24224034
WWW.BANG-OLUFSEN.COM

EDITORIAL



GRÜNDER SVEN UND JULIA HOLSTEN

Mit „Only the Best“ nehmen wir Sie wieder mit auf eine Reise durch exklusive Orte und spannende Themen unserer Zeit. Von atemberaubendem Automobil-design über die traumhaften Strände von Ibiza und Kampen auf Sylt bis hin zu den historischen Mauern von St Andrews in Schottland.

„Was, wenn’s geschah, das Auge scheut zu sehen“, sprach einst Schottlands Herrscher Macbeth. Abweichend von Shakespeares Tragödie wurde der historische Macbeth im Jahr 1005 nach Christus geboren und war schottischer König von 1040 bis 1057. Der Name bedeutet „Sohn des Lebens“. Seine Eignung zum Herrscher erwarb er sich als Fürst von Moray, einer Gegend im Nordosten Schottlands, die als kaum beherrschbar galt.

Heute absolut beherrschbar ist St Andrews in den schottischen Lowlands, ein Muss auf jeder Bucketlist. Um es mit

Macbeth zu halten: „Wär’s abgetan, so wie’s getan ist, dann wär’s gut, man tät es eilig!“

Erfahren Sie mehr über die faszinierende Welt der Oper und schauen Sie hinter die Kulissen Bayreuths. Im persönlichen Interview inspiriert uns Frank Thelen auf der Suche nach dem Baukasten der Zukunft und Sanjiv Singh mit seiner visionären Perspektive der Modebranche. Doch nicht nur das: Wir beleuchten auch die Kunstszene mit persönlichen Einblicken in lebendige Werke. Darüber hinaus schauen wir auf steigende Steuerrisiken für Influencer und geben wertvolle Tipps. Und schließlich vergessen wir nicht diejenigen, die uns am Herzen liegen – unsere tierischen Begleiter. Erfahren Sie, wie diese faszinierenden Geschöpfe die Welt um uns herum beeinflussen und bereichern. Tauchen Sie ein in unsere Welt von „Only the Best“.



26



6

INSPIRATIONEN



32



56



46



22

ESSENZ

EDITORIAL	3
DAS BESTE AUS GENUSS & REISE	
DIE BESTEN 48 STUNDEN AUF IBIZA	16
EXPERIENCES – ST ANDREWS SCHOTTLAND	22
KAMPEN EXKLUSIV	32
WEINDURCHBLICK	64
DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN	
LUC DONCKERWOLKE	6
INSIDE THE CIRCLE – SANJIV SINGH	26
BEST DRESSED – WEDDING STYLE	36
BAYREUTHS JUNGER HAGEN	38
DIE KUNST DER FREUDE	42
BEST OF DESIGN	62
DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT	
LIFEHACK	25
BAUKASTEN DER ZUKUNFT	46
ZWISCHEN LUXUSHOTEL UND FINANZAMT	52
DRAUFGÄNGER ODER ANGSTHASEN	56
LINK SHORTLIST	66
IMPRESSUM	66

DAS BESTE AUS GENUSS & REISE

DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN

DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT

DER GRENZSPRENGER

Was ist das Gegenteil von Grenze? Vielleicht die Vision unendlicher Möglichkeiten? Unabhängigkeit und Freiheit? Die Persönlichkeit von Luc Donckerwolke ist in vielerlei Hinsicht voll davon, ob als Chef-Designer von Genesis, als passionierter Zeichner oder als privater Autofahrer. Auf der Spur eines Mannes, der seinen Mitmenschen immer einen Drehmoment voraus ist. Weil er ein Leben ohne Leitplanken schon immer jeder Komfortzone vorzog.

Es ist Fluch und Segen kreativer Menschen: Ihre Fantasie kennt keine Grenzen. Sie breitet sich ungehindert aus, sie diffundiert. Überall und jederzeit. Manchmal hat man es im Alltag allerdings mit Einschränkungen zu tun, das gilt sogar für Luc Donckerwolke. Hat der Chef-Designer im Hyundai Motor Europe Technical Center in Rüsselsheim zu tun, beginnt sein Tag um 4:30 Uhr. „So entgehe ich dem Autobahnverkehr“, sagt er schlicht. Naturgemäß ist er den Straßen verhaftet, schon seit seiner Kindheit ist der 58-Jährige in Autos vernarrt. In Korea chauffiert ihn ein Fahrer in die Zentrale in Seoul, in Deutschland sitzt er selbst hinterm Steuer. Kilometerlange Staus? Gibt es nicht für ihn. Er hebt die Rushhour einfach durch extrem frühes Aufstehen aus. „Und ich fahre viel schneller als erlaubt“, gesteht er. Einen Spleen, den er als Design-Chef

der Hyundai-Premiummarke Genesis ausgiebig pflegt. Die Fahrt ins 280 Kilometer entfernte Büro bewältigt er in rasantem Tempo. In der Garage kühlt der Motor ab, in den Kreativmeetings mit den Marken- und Design-Ressorts diskutiert er sich ein paar Etagen darüber den Kopf heiß. Donckerwolke bewältigt Grenzen anders als die meisten seiner Mitmenschen, das ist sein vielleicht größtes Erfolgsgeheimnis. Über sein Privatleben ist kaum etwas bekannt. Er sammelt Oldtimer, darunter alte 911er-Porsches und einen roten Lamborghini Espada. Außerdem kursiert im Netz ein bezeichnendes Foto: Der knapp 18-jährige Donckerwolke macht mit seiner Enduro einen Luftsprung im ruandischen Kigali, vor einheimischem Publikum. Ein Leitmotiv seines Lebens: Grenzen ausloten – und überspringen.





LUC DONKERWOLKE IM GENESIS DESIGN STUDIO

Seit Anfang 2016 ist Donkerwolke bei Genesis an Bord, die gemeinsamen Merkmale der Limousinen, SUVs und Cabrios: Leistung und klare Kante, signifikanter Luxus und höchster Komfort. Ein paar wichtige Meilensteine der Gestaltung hat der Belgier schon gesetzt: Der Crest-Kühlergrill zum Beispiel ist mit seiner Wappenform das unverwechselbare Herzstück der Genesis-Formensprache. Die Quadleuchten sind als ikonische Lichtlinien den Flügeln des Emblems nachempfunden. Vom Luxus-Flaggschiff G90 bis zum dynamischen Elektro-SUV

Electrified GV70 – Genesis, seit 2021 auf dem europäischen Markt, ist noch ein Geheimtipp. Ende vergangenen Jahres waren erst etwa tausend Stück in Deutschland zugelassen. In Korea hat sich die Marke längst etabliert. Donkerwolke ist aktuell Chef von rund 1000 Designern in 21 Büros weltweit, sie decken das gesamte Hyundai-Universum ab. Woher nimmt der Gestalter seine schier unendliche Inspiration? „Aus einem Leben, das der Leidenschaft für Autos gewidmet ist“, sagt er lapidar. „Aus Reisen, Kulturschocks, Nächten mit Jetlag...“



© Genesis Motor Europe GmbH

ELEGANZ IN PERFEKTION – DER GENESIS G90

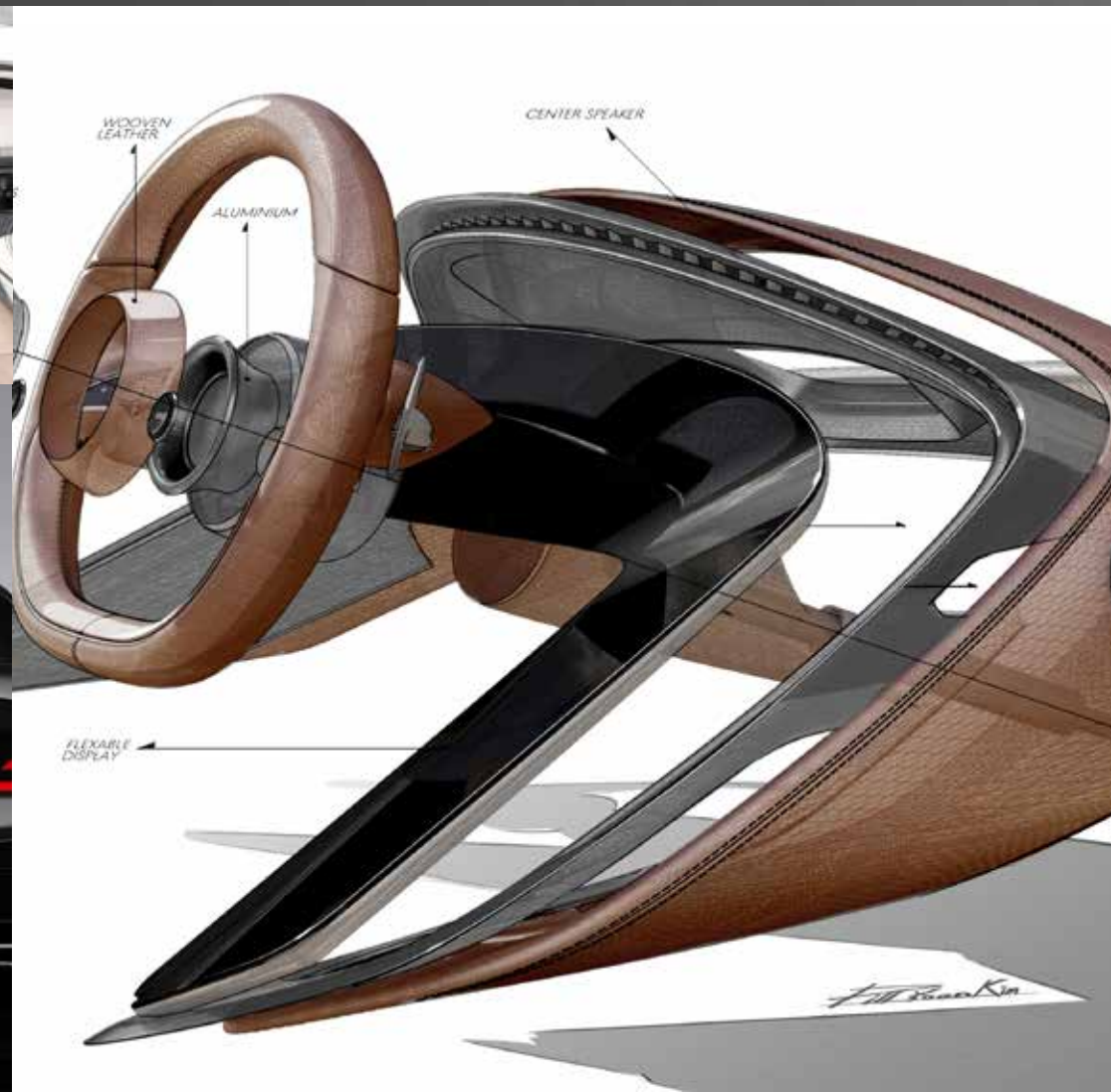
Genesis G90 – Gesamtverbrauch (kombiniert): 11 l/100 km; CO₂-Emissionen (kombiniert): 249 g/km (Werte nach WLTP)

Seit 30 Jahren verpasst Donckerwolke Automobilen zeitgemäße und unverkennbare Linien: Der Skoda Octavia stammt genauso aus seiner Feder wie der Seat Ibiza oder die Lamborghini-Modelle Murciélago und Gallardo, für die er 2003 den Red Dot Design Award erhielt. Seine Karriere beginnt im Grunde schon als kleiner Junge: Weil auf den schlechten Straßen seiner Kindheit in Afrika und Südamerika vor allem schwerfällige Autos wie Jeeps oder Pick-Ups fahren, skizziert der Diplomatensohn die stromlinienförmigen Traumwagen selbst. „Die Zeichnungen waren mein erster Weg, mir eine Welt zu erschaffen“, sagte er vergangenes Jahr in einem Interview. Diese Sucht treibt ihn bis heute an, und sie hält ihn permanent in Bewegung. Der französische Künstler Jean Graton erkannte früh das kreative Talent des Belgiers. Er ließ den jungen Donckerwolke futuristische Fahrzeuge für seine Rennfahrer-Comics „Michel Vaillant“ zeichnen. Später entwarf Donckerwolke dann Modelle für Peugeot, Audi und Bentley. Im November 2022 wurde er zum „President of the Hyundai Motor Group“ und 2023 zum „Chief Design Officer“ ernannt, behält aber auch seine Rolls als „Chief Creative Officer“. Mit Donckerwolke hat sich Hyundai einen Weltbürger ins Cockpit geholt: Der Sohn eines belgischen Diplomaten wurde 1965 im peruanischen Lima geboren, wuchs in Afrika und Südamerika auf, darunter in Peru, Burundi, Ruanda, Panama, Bolivien, Togo und in Guinea-Bissau. Seine Eltern siedelten beinahe jährlich in ein neues Land um. Mit 18 studierte er Industrial Engineering in Brüssel und ein paar Semester später Transportation Design am Schweizer Art Center College of Design

in Vevey. Welcher Wohnort steht aktuell in seinem Pass? „Ich bin Belgier und wohne derzeit offiziell in Deutschland“, sagt er. „Meistens sitze ich im Flugzeug, wenn ich zwischen Korea, Europa und den USA oder in einem meiner Designstudios auf der ganzen Welt unterwegs bin.“ Rastlos, grenzenlos. Mit einer Vita wie der seinen denkt er nicht in den Kategorien Arbeit und Freizeit. „Die Welt ist mein Büro. Meine Projekte geben mir das Gefühl, zu Hause zu sein.“ Grenzen? Gehören für ihn ohnehin der Vergangenheit an. Und ein Nine to Five-Job passt nicht in Donckerwolkes Mindset.

Die Zusammenarbeit im Design-Department gleicht eher einem Spiel als harter Arbeit, obwohl Donckerwolke allen Beteiligten viel Kreativität, Flexibilität und ständige Einsatzbereitschaft abverlangt. In einem Genesis-Post auf den Sozialen Medien witzelte der Design-Boss kürzlich: „Ich zeichne all meine Skizzen gratis. Nur für die Meetings werde ich bezahlt.“ Leistet er sich wenigstens ein paar Marotten? „Ich trinke Cola“, gibt er zu. „Und ich schiebe meine eigenen Autos über ihre Grenzen hinaus.“ Da sind sie schon wieder, die beiden Wörter. Er erwartet das Prinzip der Grenzenlosigkeit auch von seinem Umfeld – ob Motor oder Mensch. Mit letzteren umgibt er sich ganz bewusst, sie müssen nach Donckerwolkes Geschmack nur leidenschaftlich, motiviert und talentiert genug sein, um mit seiner Geschwindigkeit mithalten zu können.

Deshalb verträgt sich auch die Mentalität Südkoreas so gut mit der von Donckerwolke. „In Korea findet man überall das Gleichgewicht zwischen Tradition und Moderne, bei den Architekten, in der Technologie, im Verhalten der Menschen...“,





DIE VIER PREMIUM-PERFORMANCE-FAHRZEUGE DER MAGMA-LINIE



ÜBER GENESIS

Nach seinem Debüt im Jahr 2015 hat sich Genesis als echte Alternative im Premium-Automobil-Segment etabliert. Mit Gastfreundschaft und einem herausragenden Serviceangebot schafft die koreanische Marke eine vertrauensvolle und nachhaltige Kundenbindung. Nach dem Grundsatz *It's about Time* steht der Respekt vor der verfügbaren Zeit der Kunden im Mittelpunkt der Beziehung. Genesis startete in Südkorea und nach dem erfolgreichen Markteintritt in den USA, Kanada, Russland, dem Nahen Osten und Australien bietet der Premiumhersteller seine Fahrzeuge auch in Europa und China an. Die Modelle verkörpern allesamt die für Genesis typische und einzigartige Designsprache *Athletic Elegance*. Allein im Jahr 2021 führte der Hersteller fünf Modellreihen in Europa ein, 2022 folgten drei vollelektrische Modelle. Ab 2025 wird Genesis alle neuen Fahrzeuge mit einem vollelektrischen Antrieb ausrüsten. Dies ist Teil der Markenvision für eine nachhaltige Zukunft. Darüber hinaus will Genesis bis 2035 sein Netto-Null-CO₂-Ziel erreichen.



© Genesis Motor Europe GmbH

HARMONIE VON DYNAMIK UND ELEGANZ – DER GENESIS NEOLUN CONCEPT

schwärmt er. „Die Koreaner sind sehr diszipliniert und bescheiden, aber man spürt dennoch das leidenschaftliche Feuer in ihnen.“ Alles Merkmale, die genauso auf den Belgier zutreffen. Allerdings hat sich Donckerwolke bisher bei all seinen Arbeitgebern als ausgesprochen wandelbar erwiesen: Er spricht neben Flämisch, Französisch, Deutsch und Englisch auch Italienisch und Suaheli, er durchdringt die Wünsche seiner Auftraggeber ebenso wie deren Mentalität und erkennt auch die leisen Zwischentöne. An Korea schätzt er die Sensibilität für Ästhetik. Die Maxime von der „Schönheit des weißen Raums“ hat er im puristischen Interiordesign aller Genesis-Modelle verwirklicht, und die Parabellinien der Seitenansichten spielen auf das Faible für reduziertes Design und die Genesis-Philosophie der „Athletic Elegance“ an.

„Ich liebe auch das koreanische Verantwortungsbewusstsein, wenn es darum geht, gute Arbeit abzuliefern“, sagt Donckerwolke weiter. „Die Koreaner sind unglaublich talentiert und fleißig, niemals arrogant, niemals faul und immer bereit, sich neu zu erfinden.“ Mit den gleichen Worten könnte man auch ihn beschreiben. Seine vielfach prämierten Ideen zieht er vor allem aus dem Kampf darum, das nächste Projekt besser zu machen als alle anderen zuvor. Deshalb ist der aufregendste Moment im Designprozess: Grenzen sprengen. „Das beste Gefühl ist immer der Moment, in dem man denkt, dass man es zu weit getrieben hat. Und dass man seinen Job verlieren könnte“, schmunzelt er. „Man muss gegen die Komfortzone ankämpfen. Wenn man selbstbewusst ist, hat man verloren. Man muss Angst haben, dass man seine Standards nicht übertreffen kann.“

Das beste Auto der Welt? „Das nächste, das ich machen werde.“ Im März hat er im New Yorker Genesis House die zwei neue Konzepte vorgestellt – das Magma Concept mit einer kompletten Linie und das Neolun Concept. Donckerwolke leitet damit einen Gegenentwurf zur Entschleunigung ein: In Zukunft soll jedes Serienmodell eine Powerversion aus der Magma-Linie zur Seite gestellt bekommen. Der GV60 Magma Concept mit ein paar Hundert PS mehr als sein Schwesterfahrzeug GV60 wird bald auf den Markt kommen.

Auch das Neolun Concept sorgte in New York für Aufsehen: ein großer, rein elektrischer SUV. Das Design des Wagens ist eine Hommage an die Kultur von Donckerwolkes Arbeitgeber: Der SUV zitiert abermals die koreanische Gastfreundschaft des „son-nim“, etwa mit drehbaren Vordersitzen, Fahrzeugtüren mit elektrisch ausfahrbaren Einstiegsleisten und einem sinnlichen Klangerlebnis. Für die Silhouette des Neolun ließ sich Donckerwolke von den ikonischen mondförmigen Porzellangefäßen inspirieren. Es ist einer seiner Lieblingseffekte beim Gestalten: Er fordert mit seiner Formsprache den Betrachter heraus. „Ein großartiges Design wirft immer die Frage auf: Bin ich gut genug, um es zu verstehen?“, erklärt er. Auch deshalb liebt er Autos, die Respekt einflößen, Spannung verursachen, im Körper der Piloten Adrenalin ausschütten lassen. Ein perfekt gestaltetes Fahrzeug? „Wie langweilig! Perfektion ist wie Schönheit“, sagt er achselzuckend. „Sie verschwindet.“

Wann ist einer wie er vollkommen glücklich? „Als ich neulich in den Dolomiten mit einem Oldtimer unterwegs war und

gegen die Umstände, meine Grenzen und mich selbst gekämpft habe.“ Donckerwolke ist längst selbst zur Nobelmarke avanciert. Er bleibt sich treu und entwickelt sich dennoch unaufhaltsam weiter. Man wünscht ihm insgeheim, er würde einmal zum Stehen kommen, würde kurz innehalten und ausatmen. Ein Gedankenspiel: Angenommen, wir spendierten ihm 10 Millionen Euro und ein Jahr Freizeit? Die Antwort kommt schnell. „Wahrscheinlich würde ich ein Rennteam kaufen. Und nach einem Jahr nicht wiederkommen“, sagt Donckerwolke. Weil er mit Autos Grenzen auslotet. Immer weiter. Und immer wieder.



ÜBER LUC DONCKERWOLKE

Luc Donckerwolke (58) ist ein belgischer Automobil designer, der 13 Jahre für einige Marken im Volkswagen-Konzern tätig war. Mit dem Jahr 2016 wurde er Chef-Designer bei Genesis Motors und Hyundai-Kia Automotive, wo er seit Ende 2020 die Kommunikation für das Design aller Marken des Konzerns leitet und die Entwicklung des Designs der Submarken Genesis und Ioniq sowie von Brennstoffzellen-Fahrzeugen beaufsichtigt.

www.genesis.com


JW MARRIOTT
MAURITIUS

LUXUS UND ELEGANZ

IM JW MARRIOTT MAURITIUS RESORT

Wo Sonne, Meer und der Berg Le Morne Brabant aufeinandertreffen

Endlos schweift der Blick über weiße Sandstrände und den glitzernden Indischen Ozean, in dem Korallenriffe und unzählige Fischarten ein geschütztes Zuhause haben. Eingebettet in diese Naturidylle liegt das JW Marriott Mauritius Resort, eine Oase der Ruhe und Sehnsuchtsort zugleich. Gäste finden hier ein luxuriöses Refugium mit exklusiven Suiten im Kolonialstil des 19. Jahrhunderts, teilweise mit direktem Zugang zum Strand und Blick auf die Lagune. Neben dem edlen Interieur bietet das JW Marriott Mauritius ein vielfältiges Angebot an Aktivitäten und kulinarischen Genüssen. In den fünf Gourmet-Restaurants begeben sich Feinschmecker auf eine Reise um die Welt: Serviert werden authentische mauritische Spezialitäten, japanische und indische Kreationen sowie exotisch-asiatische Gerichte auf höchstem Niveau.

www.marriott.com

DIEBESTEN48STUNDEN AUFIBIZA

„What a difference a day makes ...“ sang einst Dinah Washington und erzählte, was in „twenty-four little hours“ alles passieren kann. Für Only the Best werden an dieser Stelle verschiedene Autoren weitere 24 Stunden hinzufügen und Ihnen jeweils „Die besten 48 Stunden“ in einer Region, einer Stadt oder auf einer Insel präsentieren. Lassen Sie sich an Orte mitnehmen, die mir immer wieder wunderbare Gründe geben, zurückzukehren.

Ibiza ist in vielerlei Hinsicht besonders und hat diesen einzigartigen Ruf als eine der aufregendsten Inseln im Mittelmeer verdient. Weltweit bekannt für das legendäre Nachtleben beheimatet die Insel einige der angesagtesten Clubs und Veranstaltungsorte unseres Universums, die elektronische Musik und internationale DJs präsentieren. Menschen von überall her strömen hierher, um die pulsierende Atmosphäre und die unvergesslichen Partys zu erleben.

Jetzt bin ich direkt mit der Tür ins Haus gefallen, dabei verfügt Ibiza über so vieles mehr wie z.B. die beeindruckende Vielfalt an Stränden – von belebten und lebhaften Stränden bis hin zu abgelegenen Buchten und ruhigen Oasen. Die kristallklaren Gewässer und der feine Sand locken Sonnenanbeter und Wassersportler gleichermaßen an.

Abseits des Nachtlebens hat Ibiza ein reiches kulturelles Erbe zu bieten. Die Altstadt von Ibiza-Stadt, Dalt Vila, was

übersetzt „Oberstadt“ bedeutet, ist ein UNESCO-Weltkulturerbe und beherbergt eine Fülle von historischen Sehenswürdigkeiten, darunter die alte Stadtmauer, die Stadttore, die Kathedrale Nuestra Señora de las Nieves und das Archäologische Museum direkt auf dem Platz davor. Passiert man das beeindruckende Haupttor, geht es über eine Zugbrücke aus Stein und ein weiteres Tor, das Portal de Ses Taules, in den alten Waffenhof.

Ibiza hat eine lange Geschichte als Anziehungspunkt für Künstler, Musiker und Freigeister. Der Bohemian-Lifestyle der Insel ist in ihrer entspannten Atmosphäre und ihrem alternativen Lebensstil spürbar. Es gibt viele Kunstgalerien, Hippie-Märkte und alternative Gemeinschaften, die das kreative Flair der Insel prägen.

Die Landschaft Ibizas ist atemberaubend schön, mit malerischen Hügeln, üppiger Vegetation und faszinierenden Felsformationen. Abseits der Touristenpfade bietet die Insel unberührte Natur und



Wanderwege, die es ermöglichen, die wilden Seiten Ibizas zu entdecken. Oder das weiße Dorf Santa Gertrudis im geografischen Herzen der Insel, dass viele Facetten der Insel vereint und eine lebendige Kunstszene mit Galerien, Ateliers und Kunsthandwerk präsentiert.

Ibiza, die sonnenverwöhnte Mittelmeersinsel, erstrahlt nicht nur im Glanz ihrer Sonne, sondern auch im Ruhm ihres pulsierenden Nachtlebens, ihrer traumhaf-



ten Strände und ihres reichen kulturellen Erbes. Als eine der begehrtesten Reiseziele weltweit zieht Ibiza Besucher aus aller Welt an, die sich nach einem unvergleichlichen Mix aus Luxus, Entspannung und Abenteuer sehnen. Diese 48-stündige Tour verspricht eine unvergessliche Reise durch Ibizas exklusivste Ziele, von luxuriösen Strandclubs bis hin zu erstklassigen Restaurants. Tauchen Sie ein in das Wochenende auf der „White Isle“ und lassen Sie sich von ihrer unvergleichlichen Schönheit und ihrem unwiderstehlichen Charme verzaubern.

FREITAG 16 UHR
Nachdem ich Freitagnachmittags in München in den Flieger gen Süden gestiegen bin, komme ich gute zwei Stun-

den später auf der „weißen Insel“ an. Nach einem kurzen Transfer checke ich im exklusiven Nobu Hotel Ibiza Bay ein, das für seine stilvollen Zimmer und die atemberaubende Aussicht bekannt ist – fernab vom Trubel, mit der Strandpromenade direkt vor der Tür und nicht weit entfernt von Ibiza-Stadt. Ich nehme mir am weißen Sandstrand am Ufer der Talamanca-Bucht etwas Zeit zum Entspannen, bevor ich zum Abendessen aufbreche.

21 UHR
Das Zuma lädt auf der Dachterrasse mit seiner exquisiten japanischen Küche im Izakaya-Stil, dem Sortiment an klassischen Cocktails, ausgewählten japanischen Likören sowie Sake inklusive eines Sake-Sommeliers, und Blick auf den

Yachthafen Richtung Dalt Vila und die Altstadt von Ibiza zum Verweilen ein, aber das berühmte Nachtleben Ibizas lockt mich nach dem Abendessen. Vorher sei jedoch noch die Sushi-Theke und der Robata-Grill erwähnt. Keinesfalls dürfen einem die Special Nigiris entgehen.

00.30 UHR
Das Pacha ruft und ich begeben mich in einen der berühmtesten Nachtclubs der Insel. Mit seinen legendären DJ-Sets und der elektrisierenden Atmosphäre verspricht das Pacha eine unvergessliche Nacht. Ich tanze bis in die frühen Morgenstunden und genieße die Energie und Aufregung, für die Ibiza bekannt ist.

SAMSTAG 10 UHR
Heute stehen die Strände und Clubs Ibizas auf meinem Plan, und ich beginne mit einem gemütlichen Frühstück im Nobu. Nach einer etwas längeren Nacht erfreue ich mich an einer Auswahl an Gourmetgerichten in entspannter Atmosphäre.

11.30 UHR
Es geht auf Erkundungstour und ich checke auf der neuen Pardo 43 Cotton Edition von Cotton Boats ein, einem der luxuriösen Boote und Yachten in der Marina



Ibiza, die einen einzigartigen Blick auf die Schönheit der Insel bieten und tageweise gechartert werden können. Wir stehen in See, um die atemberaubende Küste Ibizas zu erkunden. Durch das türkisblaue Meer geht es in Richtung Formentera, der Insel, die eine einzigartige Mischung aus Naturschönheit und Ruhe bietet.

14 UHR
Wir passieren die mystische Insel Es Vedra, die oft mit Legenden und Mythen in Verbindung gebracht wird. Es ist eine perfekte Fotogelegenheit, um die bezaubernde Schönheit der Insel einzufangen. Mein nächster Halt ist das Strandrestaurant Tigre Morado mit allen Vorzügen eines Strandclubs am ruhigen Strand von Port d'es Torrente, wo ich ein köstliches spätes Mittagessen mit Blick auf die Bucht zu mir nehme. Das Restaurant ist für seine hervorragende Küche bekannt, deren Menü eine gastronomische Reise durch mediterrane Produkte und das alte kulturelle Erbe der peruanischen Küche gepaart mit japanischen Einflüssen bietet. Dieser kulinarische Schatz in spektakulärer Lage befindet sich an einem magischen und wenig bekannten Ort und entführt einen zu einem einzigartigen Erlebnis. Umgeben von Sandstränden und

atemberaubenden Sonnenuntergängen zelebriert das Tigre Morado die Kunst des guten Lebens.

19.30 UHR
Anschließend kehre ich nach Ibiza-Stadt zurück und nehme mir etwas Zeit zur Entspannung und Belebung meiner Sinne im Ibiza Bay Spa by Six Senses. Wahrscheinlich hätte eine Yogastunde auf dem Outdoor-Yoga-Deck oder im Fitnesscenter auch diesen Zweck erfüllt, aber ich wollte mich ein wenig verwöhnen lassen.

21.30 UHR
Im Jul's in San José geht es ebenfalls um Herz und Seele, und ein einzigartiges, kulinarisches Erlebnis mit außergewöhnlichem Service erwartet mich. Dieses



trendige Casual-Fine-Dining-Restaurant bietet Weltklasse-Küche mit griechischem Einschlag und nimmt einen auf eine außergewöhnliche Gourmet-Reise mit – das Hummerrisotto sollte man auf keinen Fall verpassen. Die große Auswahl an traditionellen, natürlichen und biodynamischen Weinen rundet das Essen perfekt ab. Zum Abschluss kann man dann noch mit einem Cocktail aus dem hauseigenen „Labor“ mit anspruchsvollen Mix-techniken wie Fermentation und Destillation in die einzigartige Welt mediterraner Düfte und Geschmäcker eintauchen.

00.30 UHR

Bevor mich dieses Wohlbefinden nach dem Jul's in mein Hotel zieht, setze ich schnell mein Ibiza-Nachtleben-Abenteuer im Club Chinois im Ibiza Gran Hotel in der Ibiza Marina fort. Dieser stilvolle Club bietet eine einzigartige Mischung aus Musik mit internationalen Star-DJs, Performances und Live-Shows sowie ein Ambiente, das an das Shanghai der 20er Jahre erinnert und für einen unvergesslichen Abend sorgt. Besonders sind die Parties an den Freitagen bis Mitte Oktober mit dem kanarischen DJ Pablo Fierro und Trip an den Samstagen bis Anfang November. Meine Reise durch Raum und Zeit kann beginnen.

SONNTAG 13 UHR

Ein kleiner Abstecher gen Norden bringt mich zum Juntos House, einem modernen Farm-to-Table Restaurant mit herrlichem Innenhof und Garten sowie einer Cocktailbar und Boutique im malerischen Dorf Sant Mateu. Köstliche, lokal angebaute Lebensmittel von dem eigenen regenerativen Bauernhof kommen hier direkt auf den Teller. Sehr zu empfehlen

ist der Brokkoli mit frittierten Kapern und Tahini-Pistazien-Creme.

15 UHR

Mein Aufenthalt auf Ibiza neigt sich langsam dem Ende zu, doch bevor ich gehe, gönne ich mir ein letztes Stranderlebnis mit Blick auf Formentera und Dalt Vila. Im El Chiringuito, einem von der Bohème inspirierten Strandrestaurant, erlebe ich eine perfekte Symbiose mit der natürlichen Umgebung. Während meines Essens entdecke ich sofort die Leidenschaft für Exzellenz, die sich in den modernen mediterranen Gerichten mit ibizenkischen, italienischen, französischen, griechischen und libanesischen Einflüssen widerspiegelt. Meine absoluten Favoriten sind der King Crab Toast, Fisch Shawarma und die Lammshulter in Begleitung der besten Bloody Mary der Insel.

17 UHR

Mein Tag geht langsam zu Ende, und es ist Zeit, sich auf die Abreise vorzubereiten. Die Erinnerungen an diese 48-stündige Reise werden lebendig bleiben, und Ibiza hat seinem Ruf alle Ehre gemacht. Vom pulsierenden Nachtleben über atemberaubende Strände, luxuriöse Unterkünfte bis hin zu erstklassigen Restaurants fängt dieser Trip die Essenz Ibizas ein.

ADRESSEN

www.nobuhotelibizabay.com

www.zumarestaurant.com

www.pacha.com

www.cottonboats.com

www.tigreibiza.com

www.juntoshouse.com

www.elchiringuitoibiza.com



ÜBER GUIDO KELLERMANN

Entrepreneur – Enabler – Food & Wine Addict – Hedonist. Guido Kellermann hat eine spannende Laufbahn hinter sich. Nach seiner Karriere als TV- und Radio-Moderator sowie Gründer des legendären Supper Clubs NEKTAR ist er seit nun über 14 Jahren als Immobilienunternehmer erfolgreich in Deutschland und auf Ibiza tätig.

HARDBOARD ÄSTHETIK UND FUNKTIONALITÄT

Entdecken Sie das revolutionäre, klingenschonende und spülmaschinengeeignete Schneidebrett! Hergestellt aus nachhaltigem Material, in verschiedenen Größen und Farben erhältlich.

**10% RABATT
FÜR ONLY THE
BEST LESER!**



Das HARDBOARD aus Paperstone® ist ein nachhaltiges Schneidebrett, das die Eigenschaften von Holz und Kunststoff ideal vereint und extrem widerstandsfähig: Langlebig, klingenschonend, kratz- und schlagfest und gut in der Hand liegend ist es dazu spülmaschinengeeignet, hitzebeständig bis 180 Grad und hygienisch. Schneiden Sie, was Sie möchten – dieses Brett verzeiht alles: Zwiebeln, Knoblauch, Chili und auch jede Art von Messer oder heiße Töpfe und Pfannen können der Oberfläche nichts anhaben.

Es überzeugt durch seine natürliche Zusammensetzung aus recyceltem Papier und Pappe gebunden mit dem Harz aus der Schale der Cashewnuss.

Das HARDBOARD ist vielseitig verwendbar und Sie können es als Schneidebrett, Servierbrett, als Untersetzer für Pfannen und Töpfe oder direkt zum davon Essen nutzen. Es ist die perfekte Kombination aus Nachhaltigkeit, Funktionalität und Ästhetik in der Küche und auf dem Tisch.

Ein Fühlerlebnis an Glätte und Weichheit, das Sie unbedingt testen müssen! Die einzigartige Textur dieses Werkstoffes erinnert an die Schönheit von Stein und die Wärme von Holz, aber gleichzeitig auch an die Festigkeit von Stahl.

Mehr Informationen und 10% Rabatt auf Ihre Bestellung erhalten Sie mit dem Gutscheincode „onlythebest“ unter www.hard-board.de.



ONLYTHEBESTEXPERIENCES FAIRMONTSTANDREWS

Tauchen Sie ein in eine Welt voller außergewöhnlicher Erlebnisse und entdecken Sie mit uns einzigartige Orte. Heute nehmen wir Sie mit auf eine Reise in das Fairmont St Andrews, die Wiege des Golfsports, sowie der Liebe von Kate und William.



Von München geht es in einem kurzen zweistündigen Direktflug nach Edinburgh. Unmittelbar baut sich vor dem Auge das Bild der neoklassischen Bauten und beeindruckenden Architektur Edinburghs auf.

Angekommen empfängt uns bereits Marc vom Fairmont St Andrews und nimmt uns in einem BMW X7 mit auf die kurzweilige, einstündige Fahrt durch die schottischen Lowlands in das „Home of Golf“. Marc ist eine tolle Quelle, um die relevantesten Insights zu St Andrews zu erfahren. Tiger Woods und Justin Timberlake bauen gerade ein altes Filmtheater in eine Sportsbar um. Tatsächlich soll die Frauenquote an der Uni St Andrews auf 70 Prozent gestiegen sein, als bekannt wurde, dass der Kronprinz William eben an dieser Uni studieren wird.

Wir fahren am Northpoint Kaffee vorbei und in großen Lettern steht „Where Kate met Wills“ auf dem Fenster. Hartnäckig hält sich die Geschichte, dass William im hauseigenen Pool des Hotels Fairmont St Andrews regelmäßig morgens seine Bahnen geschwommen ist und Kate es geschafft hat, zur gleichen Zeit im Fairmont St Andrews Spa zu trainieren. St Andrews beherbergt die drittälteste Universität Großbritanniens. Man fühlt sich gleich in einer anderen Welt, die Architektur ist faszinierend, tatsächlich könnte man meinen, dass Harry Potter hier ein wenig gezaubert hat.

Als wir am Fairmont St Andrews vorfahren, sind wir unmittelbar angetan. Mit Blick auf die historische Stadt und die St Andrews Bay bietet das exquisit gestaltete Golfresort eine natürliche und



traumhafte Kulisse für unvergessliche Golferlebnisse direkt an der Nordseeküste – und das ganzjährig. In der Heimat des Golfsports wird seit 600 Jahren Golf gespielt und der Old Course ist der älteste Golfplatz der Welt. Die St Andrews Links sind mit zehn Golfplätzen eine der größten Golfanlagen und zählen zu den beliebtesten Golfzielen weltweit. Im Fairmont St Andrews können Sie zwei Championship-Golfplätze der Weltklasse entdecken. Der Ort ist eine fantastische Wahl, unabhängig davon, ob Sie Anfänger oder ein erfahrener Profi sind. Der Old Course ist der einzige, für den ein Handicap erforderlich ist. Golf-Pro Cory DeSilva bringt Ihr Spiel ohnehin auf ein neues Level. Das Resort ist allerdings nicht nur auf Golfer ausgelegt, sondern bietet auch für Nicht-Golfer eine Vielzahl von Aktivitäten und Annehmlichkeiten an. Mal abgesehen

von dem „Full-Swing“-Golfsimulator in der Sports Bar. Das Fairmont Spa mit großzügigem Fitnessstudio und 16 Meter langem Innenpool lädt zu luxuriösen Behandlungen und in den großzügigen Hydrotherapie-Einrichtungen zum Entspannen ein. Eine Empfehlung ist definitiv die 80-minütige Strength & Resilience Massage. Möchte man ein bisschen mehr Abenteuer, sollte man sich unbedingt auf den Fife Coastal Path begeben, der sich von Culross durch St Andrews bis zur Tay Bridge erstreckt. Der Wanderweg hat sieben verschiedene Abschnitte, die einzigartige Aussichten auf die majestätische Küstenlandschaft Schottlands bieten. Auch die Kulinarik kommt nicht zu kurz, und man sollte sich auf keinen Fall den Ritus des formvollendeten Afternoon Tea von Chef Jonathan Belford in der Atrium Lounge mit ihrer 60 Meter langen

Kunstinstallation entgehen lassen. Im Fairmont St Andrews Bay Clubhouse sind die exquisiten schottischen Steaks und Meeresfrüchte & Grill ein Genuss – allen voran der fangfrische Hummer direkt aus der Bucht von St Andrews. Bei einem Abstecher in die Umgebung, z.B. in das pittoreske Hafenstädtchen Anstruther, sind Fish & Chips natürlich ein Muss. Und bei einem Whisky-Tasting in der Kingsbarns Distillery direkt um die Ecke erhält man spannende Einblicke in die Geschichte des Landes und die Kultur. Ein krönender Abschluss eines außergewöhnlichen Trips. PS: Falls doch ein wenig gearbeitet werden muss, ist das Fairmont St Andrews eines der größten und luxuriösesten Tagungsorte in Schottland. www.fairmont.com/st-andrews-scotland/



INSTALIFEHACK

Unser Lifehack von Instahelp gibt Tipps zu aktuellen Themen, die beschäftigen. Morgenstund hat Gold im Mund? Ganz sicher nicht für jeden! Wie wir unseren individuellen Biorhythmus nutzen können, um auf der Welle des Erfolgs zu reiten.

WAS IST DER BIORHYTHMUS
Unser Leben ist ein stetiger Zyklus von Ruhe und Aktivität – ein Rhythmus, der tief in uns verankert ist. Wissenschaftliche Erkenntnisse zeigen, dass sich unsere innere Uhr – der Biorhythmus – maßgeblich in unserer täglichen Leistungskurve widerspiegelt. Diese Erkenntnisse bieten wertvolle Ansätze, um unser Arbeitsleben gesünder und produktiver zu gestalten, indem wir Bedingungen schaffen, die unserem natürlichen Rhythmus entsprechen und damit die Leistungsfähigkeit steigern.

DIE DURCHSCHNITTliche LEISTUNGSKURVE
Unser Energielevel zeigt im Tagesverlauf typische Muster, die für viele Menschen – aber eben nicht alle – ähnlich verlaufen. Demnach starten die meisten Personen mit wenig Energie am Morgen, erreichen dann aber am Vormittag zwischen 9.00 und 10.00 eine erste Hochphase. Bekannterweise sinkt der Energielevel um die Mittagszeit und steigt in den frühen Abendstunden

erneut an, bis sich die Kurve dann abends wieder absenkt.

AUF DER WELLE REITEN
Anstatt an den Energietiefs zu verzweifeln, ist es ratsam, sich die eigenen Hochs genau anzusehen und diese zu nutzen, um Tätigkeiten auszuführen, die besonders viel Konzentration erfordern. Dies kann helfen, produktiver und leistungsfähiger zu sein und den Alltag mit mehr Lebensfreude zu bewältigen. Die innere Uhr zu ignorieren führt hingegen langfristig zu gesundheitlichen Beeinträchtigungen und erhöht die Wahrscheinlichkeit für Arbeitsunfälle.

FÄNGT AUCH DER SPÄTE VOGEL MAL EINEN WURM?
Bleibt die Frage: Woher weiß ich, in welchem Takt mein eigener Rhythmus tanzt? Bin ich eher der Morgenmensch – Typ

„Lerche“ – der beim ersten Sonnenstrahl in den Laufschuhen steckt oder gehöre ich zu den „Nachteulen“, die erst bei Anbruch der Dunkelheit richtig in Fahrt kommen? Hier hilft nur eines: Sich selbst beobachten, analysieren und den Tagesrhythmus anpassen – alleine oder gemeinsam mit Experten!

DEN BIORHYTHMUS ZUR GEHEIMWAFFE MACHEN
– Lernen Sie Ihre Leistungskurve kennen, indem Sie über einige Wochen hinweg Tagebuch führen.
– Nutzen Sie jede Möglichkeit zur freien Zeiteinteilung
– Tauschen Sie Tätigkeiten und Erledigungen so, dass sie zu Ihrem persönlichen Energielevel passen.
– Legen Sie den Arbeitsbeginn nach Möglichkeit in ein Zeitfenster, in dem Sie produktiv und energiegeladen sind.



ONLYTHEBESTINSIDETHECIRCLE

In unserer Kolumne schaut unsere Autorin Christiane Wolff dieses Mal hinter die Kulissen des Ingolstadt Village. Ein Gespräch mit Sanjiv Singh, Managing Director, über Luxus, Innovation und Pho Bo.

Ingolstadt Village ist mehr als eine Shopping-Destination; es ist eine Erlebniswelt mit 110 Boutiquen, Restaurants und Services, die Luxus zugänglich macht und dabei stets Innovation und Gemeinschaft im Fokus behält. Hinter Ingolstadt Village steht die Bicester Collection mit weltweit 11 Shopping Destinationen. Noch in diesem Jahr eröffnet in New York die zwölfte Destination. Sanjiv Singh, Managing Director, ist gemeinsam mit seinem Team für den Erfolg von Ingolstadt Village verantwortlich. Mit über 20 Jahren Erfahrung in der Modebranche und früheren Führungspositionen bei renommierten Marken wie Liebeskind und Lacoste, bringt der Experte eine visionäre Perspektive und ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse der Kunden mit. Der Manager teilt hier seine Sicht auf das einzigartige Konzept von Ingolstadt Village, die Bedeutung von Luxusmarken, das wachsende Beauty-Angebot und die unschätzbare Rolle des Teams, mit dem er gemeinsam das Konzept kontinuierlich weiterentwickelt. Und was es mit der vietnamesischen Nudelsuppe auf sich hat, verrät er unseren Lesern natürlich auch.

HERR SINGH, INGOLSTADT VILLAGE HAT KÜRZLICH WEITERE LUXUSMARKEN IN SEIN PORTFOLIO AUFGENOMMEN. WIE DEFINIEREN SIE DIE NEUE AUSRICHTUNG DES VILLAGES? Die Aufnahme dieser Marken unter-

streicht unsere Mission, ein unvergleichliches Shopping-Erlebnis zu bieten. Luxus bei uns bedeutet nicht nur Exklusivität der Produkte, sondern auch eine außergewöhnliche Einkaufsatmosphäre und persönlicher Service. Wir möchten, dass unsere Gäste dies in all seinen Facetten erleben – sei es durch die Qualität der Waren, die ästhetische Präsentation oder Annehmlichkeiten wie Concierge Services, Beratung durch unser Personal Shopping Team oder durch Hands Free Shopping, bei dem Ihnen die Einkaufstaschen abgenommen werden, damit sie in Ruhe den Tag genießen können. Auch das kulinarische Angebot knüpft daran an, wie die Bollicine & Co. Champagner Bar, das Indochine mit authentisch vietnamesischer Küche und der erste Ladurée Salon de Thé Deutschlands.

WELCHE ROLLE SPIELEN DABEI DIE DESIGNER-MARKEN?

Diese Marken sind das Herzstück von Ingolstadt Village. Sie locken nicht nur Liebhaber von High-End-Fashion an, sondern dienen auch als Magnet für unsere internationalen Gäste. Sie finden bei uns sowohl die großen globalen Marken, darunter viele aus Italien, wie beispielsweise Etro, die im letzten Jahr eröffnet haben, als auch international begehrte Marken aus Deutschland, gerade rund um Skincare und Homeware.



WIE SCHAFFEN SIE ES, TRENDS UND ENTWICKLUNGEN AUFZUGREIFEN UND IM VILLAGE ZU PRÄSENTIEREN?

Unser Team ist ständig weltweit unterwegs, um neue Trends zu entdecken und diese dann ins Village zu bringen. Wir arbeiten eng mit den Marken zusammen, um sicherzustellen, dass unsere Angebote stets aktuell sind. Außerdem hören wir auf das Feedback unserer Kunden und passen unser Portfolio entsprechend an, um immer am Puls der Zeit zu sein.

WIE WIRD DAS THEMA BEAUTY IN INGOLSTADT VILLAGE INTEGRIERT?

Beauty ist ein wichtiger Bestandteil des Villages. Mit Marken wie Bobbi Brown, MAC und Clinique bei The Cosmetics Company, die im Mai eröffnet, haben wir unser ohnehin schon vielseitiges Beauty Angebot von Babor, Douglas und Rituals erweitert. Wir bieten unseren Besuchern nicht nur exklusive Produkte, sondern auch persönliche Beratung. Unsere Beauty Days im Mai zeigen, wie wichtig uns dieses Segment ist.

EIN GROSSER FOKUS LIEGT EBENSO AUF DEN ZAHLREICHEN VERANSTALTUNGEN IM VILLAGE. WELCHE BESONDEREN EVENTS UND VERANSTALTUNGEN KÖNNEN BESUCHER BEI IHNEN ERLEBEN?

Von exklusiven Pre-Sales über Beauty-Tage bis hin zu kulinarischen Events bringen wir fast täglich besondere Erlebnisse in den Alltag unserer Gäste. Dazu gehören auch die Trunkshows. Hier zeigen Marken, die sonst nicht in Ingolstadt Village zu finden sind, für wenige Tage einzigartige Schätze, oft Runway-Pieces und Archivteile. Sie finden regelmäßig im The Apartment statt, das außerhalb der Trunkshows nur auf Einladung zugänglich ist, und sind oft auch ein gesellschaftlicher Treffpunkt. Es lohnt sich auf jeden Fall ein Blick auf unsere Website und dort am besten gleich die Anmeldung als Member, um keine Aktivität oder Sales zu verpassen.

SIE BIETEN DARÜBER HINAUS EINE VIELZAHL AN SERVICES FÜR BESUCHERINNEN UND BESUCHER AN. WAS GENAU HAT ES DAMIT AUF SICH?

Wir möchten, dass unsere Gäste sich von Anfang bis Ende wohl fühlen. Dazu gehören ein The Apartment für ein exklusives Shopping-Erlebnis, das erwähnte Personal Shopping, das die Wünsche unserer Gäste individuell berücksichtigt, und ein Shuttleservice direkt aus München. Diese Annehmlichkeiten sind Teil unserer Philosophie, jeden Besuch so bereichernd und persönlich wie möglich zu gestalten.

HABEN SIE PERSÖNLICHE HIGHLIGHTS ODER GEHEIMTIPPS FÜR UNSERE LESER?

Ja, mein Highlight läutet den Sommer ein: Gemeinsam mit der Bollicine & Co Champagner Bar konnten wir den italienischen Starkoch Fabio Campoli gewinnen, dieses Jahr exklusiv für Ingolstadt Village eine kulinarische Reise durch Italien zu kreieren. Von Mai bis September gibt es dort eine wechselnde Karte mit charakteristischen Gerichten von Südtirol bis Sizilien. Und ab Mai gibt es in Ingolstadt Village das berühmte Eis von Cova aus Mailand, einer der ältesten Pasticcerias Italiens.

© Ingolstadt Village

WIE SEHEN SIE DIE ZUKUNFT DES EINZELHANDELS?

Die Zukunft liegt in der einzigartigen Verbindung von physischem und digitalem Shopping-Erlebnis. Ingolstadt Village wird weiterhin ein Vorreiter sein, indem wir innovative Konzepte entwickeln, die unsere Gäste begeistern und inspirieren. Luxus wird dabei immer zugänglicher und erlebbarer – ein Trend, den wir mitgestalten und vorantreiben möchten.

EINE PERSÖNLICHE FRAGE ZUM SCHLUSS. ES GIBT EINE BESONDERE GESCHICHTE ÜBER

IHRE VORLIEBE FÜR PHO BO SUPPE. KÖNNEN SIE UNS DIESER ERZÄHLEN?

(lacht) Ja, das hat sich inzwischen rumgesprochen. Im Indochine, dem vietnamesischen Restaurant hier im Village, hat die Mutter des Kochs anfangs ganz persönlich die Brühe, das Herzstück, für diese authentisch vietnamesische Suppe, gekocht. Ich esse sie im Winter fast täglich... und werde niemals krank! Sie ist für mich ein Symbol, dass es oft die einfachen Dinge sind, die die wichtigsten sind. Lesen Sie mehr auf www.thebicester-collection.com/ingolstadt-village/de.



ÜBER CHRISTIANE WOLFF

Geboren in der Elfenbeinküste, aufgewachsen in Offenbach: Das ist Christiane Wolff. Nach dem Studium in Frankfurt und Berlin tauchte sie kopfüber in die Welt der Kommunikation ein und entdeckte ihre Liebe für das dynamische Dreieck von Menschen, Marken und Medien. Im Jahr 2000 gründete sie Netzwerk, ein Netzwerk für Frauen in der Kommunikationsbranche. Nach Führungspositionen in namhaften Agenturen wie Serviceplan, wo sie die weltweite Kommunikation verantwortete, gründete und baute sie ihr eigenes Start-up in der Handwerkerbranche erfolgreich auf. Seit 2022 zieht sie unter dem Dach von PMMG in München die Fäden in ihrer eigenen Boutique-Agentur PMMG Communications, in der sie ihre Expertise mit den Schwerpunkten strategische Kommunikationsberatung sowie CxO-Positionierung einbringt und ihre Neugier auf beeindruckende Persönlichkeiten auf C-Level voll ausspielen kann. Apropos – zum Thema CxO-Positionierung hat sie bereits zwei Bücher auf den Markt gebracht.

DIE FREIHEIT ZU SEIN KRAFTTANKEN IM ALLGÄU



Wenn wir in der Hektik des Alltags vergessen, wie stark wir eigentlich sind. Wie viel Potenzial in uns steckt. Wie sich die eigene Lebendigkeit anfühlt. Was uns einfach gut tut. Dann ist es Zeit, sich die Freiheit zu nehmen. Die Freiheit für eine Auszeit, die berührt – Körper und Geist. Wo wir einfach sind. Wo uns nichts einengt. Wo alles darf und nichts muss. Das König Ludwig ist wohl einer der schönsten Orte, um genau das zu leben. Die einzigartige Alleinlage in Schwangau, dem Dorf der Königsschlösser, mit unverbautem Blick auf die Allgäuer Berge und in unmittelbarer Nähe zum weltberühmten Schloss Neuschwanstein ist einfach besonders. Die Großzügigkeit des Resorts ist überall spürbar.

Bereits in der zweiten Generation führt die Familie Lingenfelder das Haus mit seinen 108 Zimmern mit viel Liebe und Herzblut.

Das 6600 m² große Ludwig SPA besticht mit drei beheizten Pools und zwei Naturbadesseen. Die großzügige Saunalandschaft, eine Yoga-Lounge, Sport- und Fitnessbereiche im Innen- und Außenbereich sowie der Wellnesspark und eine perfekt inszenierte Gastronomie runden das Angebot ab.

Im König Ludwig sind Sie in besten Händen. Das ist der Qualitätsanspruch, der hier gelebt wird – bei den Treatments im Ludwig SPA, aber auch bei allem anderen, was Ihnen in diesem besonderen Hause geboten wird.

Eingebettet in die malerische Natur, großzügig angelegt, einzigartig in jeder Hinsicht. Verweilen Sie in der scheinbaren Unendlichkeit dieses Resorts, genießen Sie die traumhafte Aussicht, entspannen Sie sich im großzügigen Spa, kommen Sie sich selbst bei Treatments und Trainings

näher. Das König Ludwig ist mit Kompetenz, Leidenschaft und Engagement für Sie da. Damit Sie die Freiheit haben, zu sein.

Das König Ludwig steht für gelebte Individualität, das maßgeschneiderte Erlebnis und die Freiheit, einen Urlaub zu verbringen, der nur den eigenen Wünschen entspricht. Hier wird echtes Wohlbefinden erlebbar gemacht, mit höchster Kompetenz, sehr viel Zeit, engagierten Menschen und Leidenschaft. All das darf und soll der Gast hier einfordern. Individualität trifft auf Qualität.

Das König Ludwig Inspiration SPA
Kreuzweg 15
87645 Schwangau bei Füssen
Tel. 08362 889-0
info@koenig-ludwig-hotel.de
www.koenig-ludwig-hotel.de



DASKÖNIGLUDWIGINSPIRATIONSPA



KAMPENEXKLUSIV

Das Paradies für Kunst- und Modebegeisterte sowie für exzellentes Wohnen.



© Tourismus Service Kampen – Finn Karstens

SIMONE FALK, INHABERIN



Inmitten der malerischen Landschaft von Sylt liegt das charmante Örtchen Kampen, das nicht nur für seine idyllischen Strände und die reizvolle Natur bekannt ist, sondern auch für eine Vielfalt an exklusiven Angeboten – und in nur einer guten Flugstunde von München erreichbar. Hier treffen Luxusimmobilien auf erstklassige Mode und kunstvolle Galerien.

FALK – FINEST ITALIAN MENSWEAR

In Kampen gibt es sie noch, die inhabergeführten Geschäfte – persönlich, kompetent und charmant. Falk Finest Italian Menswear ist eines von ihnen. Simone Falk, Inhaberin, Einkäuferin und Verkäuferin in einer Person, führt mit viel Freude und ihrer Leidenschaft für hochwertige italienische Herrenmode ihr kleines Unternehmen seit nunmehr acht Jahren zusammen mit ihrem italieni-

schen Mann, Gianni Giavatto, Commissario a.D.. Qualität und ein zeitloser „luxury understatement look“ bestimmen das stilvolle Sortiment und sind oberste Prämissen. Hemden aus Neapel von Finamore & Borrelli, Cashmere von Fedeli, Doriani und Bruno Manetti, Reisegepäck von Felisi, Sakkos von Boglioli, Lardini und Corneliani, Jacken von Sealup, TenC und Valstar etc. Bei Falk ist die Produktqualität und nicht das Markenlabel der Inbegriff von Luxus. Die Atmosphäre ist persönlich, locker und entspannt und statt Champagner gibt es Tegernseer Helles, das Lieblingsbier von Simone Falk. Und auf die Frage, ob sie den Schritt in die Selbstständigkeit bereut hat, antwortet sie spontan: „Ich mache das, was mir am meisten Freude bereitet, dort, wo ich am liebsten bin ... in Kampen.“

Alte Dorfstraße 4

DAHLE IMMOBILIEN — EXKLUSIVE WOHN- TRÄUME VERWIRKLICHEN

Dahle Immobilien ist eine renommierte Adresse für diejenigen, die auf der Suche nach exklusiven Wohnträumen sind. Mit ihrem erstklassigen Service und einem Portfolio, das von stilvollen Häusern bis hin zu großzügigen Anwesen reicht, machen sie Kampen zu einem Anziehungspunkt für anspruchsvolle Immobilienkäufer und -verkäufer.

Braderuper Weg 2, www.dahle.com

ESEL GALERIE — KUNST UND KULTUR IM HERZEN VON KAMPEN

Anfang 2022 gründeten Jenny Zimmerer-Röseler und Alexander Hornemann in einem der ältesten Friesenhäuser in Kampen auf Sylt die Esel Galerie. Aus einer langen, vertrauensvollen Freundschaft heraus wuchs ein erfolgreiches Geschäft mit dem Verkauf von hochwertigen Schmuckstücken aus dem Atelier Georg Hornemann. Jenny Zimmerer-Röseler, die in der Schuhindustrie groß geworden ist und langjährige Erfahrung im Einzelhandel sowie in der Schuhproduktion gesammelt hat, und Alexander Hornemann, ausgezeichneter Schmuckentwerfer und seit 2001 Geschäftsführender Gesellschafter der Georg Hornemann KG, zeigen in Kampen das ganze Jahr über neueste Schmuckkreationen, die von Anfang an auf große Begeisterung gestoßen sind. Gezeigt werden Schmuckentwürfe, die einen Bezug zur Insel Sylt haben, genauso wie die für das Atelier Georg Hornemann typischen Einzelstücke, die in ihrer Gestaltung, Materialauswahl und Herstellungstechnik sehr gefragt und gesucht sind.

**Alte Dorfstraße 2,
www.eselgaleriekampen.de**

VERMIETAGENTUR APPARTEMENTS & MEHR — DER PERFEKTE RAHMEN FÜR URLAUBSGLÜCK
Das „Mehr“ im Namen dieses Sylter Unternehmens ist kein Zufall, sondern Ausdruck der Firmenphilosophie. Exklusiv und „mehr am Meer“ sind vor allem die 80 Ferienobjekte selbst. Markus Wenzel und sein Team wählen seit 30 Jahren nur Häuser und Wohnungen aus, die durch Lage, Ausstattung und ein einzigartiges Ambiente bestechen. Ein Großteil der Quartiere liegt in Kampen — in der Nähe des zauberhaften Wattufers oder der Wellen der Westküste. Ausgewählte Unterkünfte sind auch in Keitum, Munkmarsch und List zu finden. Die Ausstattung aller Objekte entspricht dem Geschmack anspruchsvoller Sylt-Liebhaber: Viele verfügen über ein „Personal Spa“, einen Kamin, prächtige Gärten und luxuriös ausgestattete Küchen, Bäder, Wohn- und Schlafräume. Das „Mehr“ im Namen spiegelt sich auch im Service wider. Bei An- und Abreise herrscht kein Stress: Quartiere können schon am späten Vormittag bezogen oder noch ein Bad in den Wellen genommen werden, bevor in Ruhe die Koffer gepackt werden. Zu den Extras gehört ein 24/7-Team, ein Zwischenreinigungs-Service und die Marktbbox am Office mit jederzeit verfügbaren nachhaltigen Kaffee kapseln, frischem Brot, Snacks, Kaminholz oder einem Fläschchen Champagner.

Süderweg 1 A, www.kampeninfo.de

In Kampen findet jeder das Passende — sei es die ideale Immobilie, das perfekte Feriendomizil, aktuelle Mode oder künstlerische Inspiration. Diese Vielfalt macht Kampen zu einem einzigartigen Ort, der seinen Besuchern stets unvergessliche Erlebnisse bietet.

TOM KIRST, GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER



BESTDRESSED WEDDINGSTYLE

Die Zeremonie der Hochzeit bedarf eines festlichen Anspruchs und bleibt ein lebenslanges denkwürdiges Ereignis, das auch hinsichtlich der Garderobe seine Einzigartigkeit suchen sollte. Unser Stilexperte Jürgen Reschop gibt gewisse Orientierungshilfen, aber auch die Intention des Bräutigams sollte selbstverständlich berücksichtigt werden.

Eine wichtige Frage ist, wie das jahreszeitliche und architektonische Umfeld der Festlichkeit aussieht. Ist es eine biedere Amtsstube im Herbst, eine Berghütte im Winter, ein Barockschloss im Sommer oder eine Beachparty auf Ibiza? Dementsprechend sollten die Materialien wohlüberlegt ausgewählt sein. Sind elegante Jacquard-, Brokat- oder ornamentale Dessins richtig, um die Stimmung einzufangen, orientiere ich mich an klassischer Garderobe wie Cut, Frack und Smoking. Oder ich probiere extravagante Schnitte aus, wie z.B. den schmalen Stehkragen. Der Cutaway – oft auch einfach Cut genannt – ist das weniger formelle tages-taugliche Gegenstück zum Frack, das für feierliche Anlässe vor 18 Uhr gewählt wird. Er gehört, wie auch der Frack, der offiziellen Garderobe an und besteht aus drei Teilen: Schoßjackett, Weste und Stresemannhose. Die Hose zum Cut ist klassischerweise grau-schwarz gestreift und wird wie auch die Frackhose nie mit Gürtel, sondern ausschließlich mit Hosenträgern getragen. Der Bräutigam ist perfekt mit einer silbernen Krawatte bedient – am besten vom französischen Couturehaus Hermès. Der Frack wird als

festlichster aller Anzüge stets dann getragen, wenn Mann für den ganz großen Auftritt adäquat gekleidet sein möchte. Er spiegelt die Königsklasse der Herrengarderobe wider; erreicht, in seiner Formvollendung, bis hin zur Garderobepflicht bei Staatsempfängen, Ball- und Galaveranstaltungen – für die eigene Hochzeit ist er das Maximum an Eleganz. Ein Frack besteht aus einer taillenkurzen, offenen, zweireihigen Jacke mit den typischen „Schwalbenschwanz“-Schößen, einem Frackhemd mit Piquébrust und einfacher Manschette für Manschettenknopf (Wiener Manschette), einer tiefgeschnittenen, ebenfalls Baumwollpiquéweste sowie einer weißen Piquéerschleife. Die Frackhose verfügt über einen doppelten Seidengalon entlang der Beinaußenseite. Wenn Sie als Bräutigam einen eher zeitlosen Hochzeitsanzug in klassischem Design bevorzugen, auf charmante Vintage-Elemente setzen oder einen sehr extravaganteren Anzug wählen: Stets ist der perfekte Sitz entscheidend. Generell sollte der Hochzeitsanzug körperbetont sitzen. Im Übrigen machen sowohl farblich passende Schuhe als auch perfekt

abgestimmte Accessoires den Hochzeitsanzug komplett – mit farblich passender Schleife, einem Plastron und einem Einstecktuch oder Vintage-Elementen wie Hosenträgern, Panamahut oder Zylinder. Und nicht vergessen: Wenn Sie barfuß am Strand von Mykonos eine Hochzeit feiern, ist die Natur das Accessoire!



ÜBER JÜRGEN RESCHOP

Jürgen Reschop, der ab 1995 maßgeblich am Aufbau der größten deutschen Maßmanufaktur für Herrenbekleidung, MAILE, beteiligt war, ist seit jeher bekannt für seine kompromisslose Philosophie in Bezug auf Stil und Perfektion. Daher war es nur folgerichtig, dass er 2018 mit der Gründung seiner eigenen Manufaktur KingsHouse einen persönlichen Meilenstein setzte. KingsHouse verkörpert genau wie Jürgen Reschop selbst Stil und Leidenschaft, handwerkliche Perfektion und exzellenten Geschmack.

www.kingshouse.de

BAYREUTHS JUNGERHAGEN

Regisseur Valentin Schwarz gelang mit seiner Interpretation von „Siegfried“ 2022 eine umjubelte Inszenierung auf den Bayreuther Festspielen. Im Juli und August geht seine Fassung von Richard Wagners Oper ins dritte Jahr. Liebling der Kritiker: Branko Buchberger als der junge Hagen. Der ausdrucksstarke Schauspieler stellt die Schlüsselfigur ganz ohne Sprache und Gesang dar. Hier kommt er zu Wort: Exklusiv für ONLY THE BEST sprach Regisseur Schwarz mit dem Münchner über die herausfordernde Rolle und die Psyche der Opernfiguren.

BRANKO, WIR STEHEN KURZ VOR DER AUFFÜHRUNG VON „SIEGFRIED“. PREMIERENFIEBER! WIE FÜHLST DU DICH?

Ich bin aufgeregt und fühle mich gleichzeitig sehr privilegiert, ein Teil dieses einzigartigen Projekts zu sein. Die Vorbereitungen waren intensiv, aber ich bin zuversichtlich, dass wir dem Publikum eine unvergessliche Aufführung bieten.

WAS IST AN DEINER ROLLE DES „JUNGEN HAGEN“ GANZ BESONDERS?

Du hast diese Figur speziell für mich erfunden. In den vier Abenden von Richard Wagners „Ring des Nibelungen“ sehen wir die Zeit vergehen, jede Figur wird älter. Hagen wird im ersten Teil als Kind eingeführt, im „Siegfried“ ist er der erwachsene Freund des Titelhelden. Im letzten Teil bringt Hagen seinem ehemaligen Freund den Tod. Ich musste als Schauspieler also meine Vergangenheit als Kind und mein späteres Leben mitdenken.

WIE HAST DU DICH AUF DIE ROLLE VORBEREITET? Das erfordert extrem viel Arbeit. Ich habe

mich intensiv mit dem Text und der Geschichte auseinandergesetzt, habe jeden Tag die Musik gehört, ob im Auto oder im Zug. Wichtige Stellen habe ich im Text und Notenbuch markiert. Ich wollte die Motivationen und Emotionen meines Charakters durchdringen. Ich entdeckte eine Seelenverwandtschaft: Meine ersten elf Lebensjahre habe ich im Kinderheim verbracht. Ich bin ohne elterliche Liebe erzogen worden und konnte deshalb gut Parallelen zum jungen Hagen ziehen. Da wird ein Junge ohne Freunde groß – und auf einmal kommt Siegfried, es entwickelt sich eine Freundschaft voller Intensität.

WIE GESTALTETE SICH DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DEN SÄNGERN?

Als Schauspieler neben diesen außergewöhnlichen Wagner-Interpreten zu agieren, ist natürlich etwas Einzigartiges. Allein die Lautstärke ist beeindruckend. Mir war neben dem Gesang aber auch die psychologische Ebene des Spielens sehr wichtig. So haben alle miteinander die Figur entwickelt.



SCHHAUSPIELER BRANKO BUCHBERGER MIT REGISSEUR VALENTIN SCHWARZ

ICH WÜRD GERN MEHR ÜBER DEINE SCHAUSPIELKARRIERE ERFAHREN. WIE BIST DU ZU DIESEM BERUF GEKOMMEN?
Ich hatte schon als Kind eine Leidenschaft fürs Theater und die darstellenden Künste. In der Schule nahm ich an Theaterproduktionen teil, eigentlich wusste ich immer, dass ich Schauspieler werden wollte. Ich habe in Wiesbaden eine Schauspielausbildung absolviert und seit 1998 an verschiedenen Bühnen und Filmsets in Frankfurt, München, Berlin und England gearbeitet.

WIE SIEHST DU DEINE KÜNSTLERISCHE ENTWICKLUNG? WELCHE ERFAHRUNGEN HABEN DICH ALS SCHAUSPIELER GEPRÄGT?
Jede Erfahrung, sei es auf der Bühne oder vor der Kamera, hat mich als Schauspieler geprägt. Besonders wichtig war für mich die Zusammenarbeit mit talentierten Regisseuren und Schauspielkollegen: Von Regisseuren wie Alexander Brill, Iris Limbarth, Robin Telfer und Robert Carsen und von dir, Valentin, konnte ich viel lernen. Jede Rolle, die ich gespielt habe, hat mich herausgefordert und mir geholfen, meine Fähigkeiten als Darsteller weiterzuentwickeln. Ich versuche, immer offen für neue Ansätze und Ideen zu sein.

GIBT ES EINE ROLLE ODER PRODUKTION, DIE EINEN BESONDEREN PLATZ IN DEINEM HERZEN HAT?
Mein Weg als Schauspieler begann am Frankfurter Schauspielhaus. Dort hatte ich die kleine Rolle des Gymnasiasten Robert in „Frühlings Erwachen“ von Frank Wedekind. Er wird von seinen Mitschülern gehänselt und verprügelt, niemand mag ihn. Als er sich in ein Ballettmädchen verliebt, stellt sie ihn vor der ganzen Klasse bloß – jeder hält ihn für einen

Loser. Regisseur Alexander Brill steckte mich in Cordhose, Strickpulli und einen kratzigen Pullunder. Mich reizt es, solche Außenseiter zu spielen. Sie sind einfach charakterstärker.

WIE BEGEGNEST DU VOR DIESEM HINTERGRUND NEUEN HERAUSFORDERUNGEN?
Jede Rolle hinterlässt Spuren in meiner künstlerischen Entwicklung. Die Vielfalt an Erfahrungen hat mich flexibler und einfallsreicher gemacht und mir geholfen, mich schnell in neue Situationen einzufinden. Bei der Vorbereitung auf den jungen Hagen in „Siegfried“ konnte ich von meinen Erfahrungen profitieren und gleichzeitig neue Wege finden, um dieser ikonischen Figur Leben einzuhauchen.

WAS UNTERSCHIEDET IN DEINEN AUGEN UNSERE „SIEGFRIED“-INSZENIERUNG VON ANDEREN?
Die visuelle Pracht und die künstlerische Vision sind einzigartig. Das kreative Team hat eine beeindruckende Welt geschaffen, die das Publikum auf eine epische Reise einlädt. Außerdem legen wir großen Wert auf die psychologische Tiefe der Charaktere und ihrer Beziehungen. Ich kenne keine Inszenierung, die mehr Intensität ausstrahlt.

WAS MÖCHTEST DU DEM PUBLIKUM MIT AUF DEN WEG GEBEN?
„Siegfried“ ist eine epische Geschichte über Liebe, Macht und den Kampf zwischen Gut und Böse. Sie wird jeden Zuschauer tief berühren und inspirieren. Und ich weiß, dass das Publikum von unserer Aufführung genauso fasziniert sein wird wie wir. Ich freue mich sehr auf diese gemeinsame Reise!



OBER RECHTS UND UNTEN „SIEGFRIED“ IN BAYREUTH
OBER LINKS BAYREUTHER FESTSPIELHAUS



ÜBER VALENTIN SCHWARZ

Der österreichische Regisseur Valentin Schwarz (*1989) studierte Musiktheater-Regie, Volkswirtschaftslehre und Philosophie in Wien. 2017 gewann er beim internationalen Regiewettbewerb „Ring Award Graz“ gemeinsam mit seinem Ausstatter Andrea Cozzi den Hauptpreis sowie zahlreiche Sonderpreise. Ihr prämiertes Siegerkonzept von Donizettis „Don Pasquale“ wurde als Koproduktion an der Opéra National de Montpellier und dem Badischen Staatstheater Karlsruhe verwirklicht. In der Folge inszenierte er u.a. an der Oper Köln, am Staatstheater Darmstadt und der Staatsoperette Dresden. Weitere Einladungen führten ihn an die Staatsoper Stuttgart, das Deutsche Nationaltheater Weimar und das Theater an der Wien. Mit Dorian Dreher und Timon Jansen wurde er als Co-Intendant für das Deutsche Nationaltheater Weimar ab der Spielzeit 2025/26 berufen.

Weitere Informationen zur Aufführung finden Sie unter www.bayreuther-festspiele.de



ÜBER BRANKO BUCHBERGER

Geboren in Frankfurt absolvierte Branko Buchberger eine private Schauspielausbildung in Wiesbaden, bei Privatlehrer Jochen Rühmann machte er eine Sprecherausbildung. Branko Buchberger nahm an zahlreichen Workshops im In- und Ausland teil, unter anderem an der Bishops Stortford Academy of Performing Arts. Er war am Schauspiel Frankfurt, Staatstheater Darmstadt, Hessischen Staatstheater Wiesbaden und am Festspielhaus Baden-Baden tätig. Sein Oeuvre umfasst Rollen mit großer Spannweite, vom Musical bis Drama, etwa in „Besuch der alten Dame“, „Das Leben des Galileo“, „Frühlingserwachen“, „Der gute Mensch von Sezuan“, „Fegefeuer in Ingolstadt“, „Jesus Christ Superstar“, „Viel Lärm um Nichts“, „How to Succeed in Business without really Trying“, „Fame“, „What’s a European“, „Glückliche Reise“, „Werther“ und „Der Ring des Nibelungen“. Branko Buchberger lebt in München und Ingolstadt.

DIE KUNST DER FREUDE

Wir haben mit Anja Gräfin von Keyserlingk über ihre Kunst als Quelle der Inspiration und inneren Kraft gesprochen

WAS BEDEUTET FÜR DICH KUNST?

Kunst ist für mich purer Ausdruck von Emotionen, eine Art individuelle Kommunikation über Farben und Formen. Momente von Glück, Freude aber auch Trauer und Wut finden sich auf der Leinwand wieder, die in Farbnuancen und Formen verstärkt oder abgeschwächt werden. Das Malen an sich beschreibe ich gerne als kreative Mediation, bei dem sich Gedanken im Einklang mit den Farben und Formen befinden. Es kann sowohl eine künstlerische, stille Einsamkeit als „Auszeit“ bedeuten aber auch eine harmonische Hingabe mit Musik sein. Ich begeben mich während des Malens auf eine Reise, die voller aufregender Abenteuer und unendlicher Möglichkeiten steckt. Immer mit dabei, mein Mut und der Glaube an mich selbst, eine Bereicherung und im Einklang mit mir selbst zu sein. Am Ende ist es die individuelle Leinwand, die den persönlichen Raum für

Experimente und Erschaffungen eigener Welten widerspiegelt sowie die Freude etwas erschaffen zu haben, was es vorher noch nie gab und was es ohne einen selbst nie geben würde. Es ist ein großes Geschenk, diese Freude mit den Betrachtern meiner Bilder zu teilen.

ERST VOR KURZEM HATTEST DU EINE VERNISSAGE „AMBIENTE, ART & WINE“ IM HOTEL OPÉRA IN MÜNCHEN ZU DEINEN BEIDEN NEUEN KOLLEKTIONEN „DESSERT“ UND „DOLCE VITA“. WELCHE MESSAGE MÖCHTEST DU ÜBER DIESE ABSTRAKTEN WERKE TRANSPORTIEREN?

In einer Welt, die oft von Negativität und Herausforderungen geprägt ist, sehe ich in der Kunst die Möglichkeit, Freude und Leichtigkeit zu verbreiten. Denn Kunst ist für mich nicht nur ein visuelles Erlebnis, sondern auch eine Quelle der Inspiration und der inneren Kraft. Eine meiner Lieblingskollektionen, die Dessert Kollektion, versinnbildlicht die kleinen Freuden

des Lebens. Mit lebendigen Farben und verspielten Motiven möchte ich die Vorfreude und den Genuss dieser Momente einfangen und die Betrachter zum Lächeln bringen. Meine neueste Kollektion, „La Dolce Vita“ lenkt den Geist der Betrachter ebenfalls auf die süßen Seiten des Lebens. Mit sanften Pastelltönen und lebendigen fröhlichen Farben möchte ich die Leichtigkeit und die Schönheit des Frühjahrs und des Sommers einfangen. Diese Kollektion verkörpert meine Überzeugung, in jeder Situation das Positive zu sehen und das Leben in vollen Zügen zu genießen.

DIESE WERTE SIND SEHR WICHTIG. WIE GELINGT DABEI DIE VERBINDUNG ZWISCHEN GEMÄLDE UND BETRACHTER?

Die Betrachter sollen vor dem Gemälde stehen und die Möglichkeit haben, ihre eigene Interpretation wahrzunehmen, zu sehen und zu fühlen. Dabei ist es nicht mein Ziel, dass sie dasselbe darin sehen, wie ich. Es ist viel spannender mit zu erleben, was für Bilder, Gedanken und Emotionen in den Köpfen entstehen. Kunst steckt voller Emotionen. Freude, Glück, Herzenswärme und Positivität sind die Reize bei meinen Gemälden, die wiederum Auslöser für die individuelle Gedankenwelt der Betrachter sind.

INWIEFERN SPIELEN DIE MATERIALIEN UND FARBEN EINE ROLLE, MIT DENEN DU ARBEITEST?

Materialien und Farben spielen eine große Rolle. Mit ihnen wird ein Gemälde entsprechend wertig. Als Basis dienen mir Naturleinvänden, sie sind aus Leinen oder verschiedenen Materialien, die in Brauntönen vorkommen. Sie sind sehr naturbelassen und puristische und damit

perfekt, um der Kreativität freien Raum zu lassen. Die Struktur, die ich bei meinen Gemälden daraufhin erschaffe, ist dabei das i-Tüpfelchen. Denn ein haptischer 3D-Effekt geht bereits in Richtung Skulptur. Diese Struktur macht das Gemälde zu einem Unikat – eine Kopie oder ein Druck sind nicht so leicht erstellbar wie beispielsweise von einem flachen Gemälde. Bei mir entsteht diese spannende Struktur mit Spachtelmasse, die Farben machen die Struktur dann aussagekräftig. Dabei arbeite ich vor allem mit fröhlichen Farben Gelb und Orange oder Pink. Solche warmen Farben finden sich beispielsweise in der Dolce Vita Kollektion wieder. Es sind leichte fröhliche Farben, weil sie Positivität vermitteln.

WAS BEFLÜGELT DEINE EIGENEN POSITIVEN GEDANKEN UND WIE GELINGT ES DIR, DIESE AUF DAS GEMÄLDE ZU ÜBERTRAGEN?

Vor allem beflügelt mich während des Malens Musik, wie zum Beispiel Lieder von Elvis Presley oder Queen. Aber auch klassische Musik mit leichten, positiven Melodien inspirieren mich.

DU BIST BERUFLICH UND PRIVAT VIEL UNTERWEGS. WAS BEDEUTET FÜR DICH REMOTE WORK BEI DEINER KÜNSTLERISCHEN FREIHEIT?

Ich arbeite sehr gerne von überall aus der Welt. Aber man kann auch Remote malen! Oft malt man ja im stillen Kämmerlein ganz alleine. Das Malen von unterwegs ist als Kontrastprogramm spannend und zugleich inspirierend sowie fordernd. Erst vor kurzem war ich in New York und habe an der Brooklyn Bridge gemalt. Dort laufen tausende Leute an einem vorbei und schauen einem beim Erschaffen des Gemäldes zu. Menschen bleiben

sogar kurz stehen und denken darüber nach. Hier ist das live Feedback besonders schön. Aber auch an anderen Orten habe ich bereits gemalt, wie zum Beispiel ein riesengroßes Bild in Berlin, dass ich im Beisammensein der Auftraggeberin gemalt habe. Während der Entstehung sind ihre Ideen direkt mit in das Kunstwerk eingeflossen. Es war inspirierender Gedanken- und Farbenfluss! Ich finde es einfach schön und unglaublich inspirierend, sich ab und an von äußeren Einflüssen wie anderen Kulturen, Menschen und Städten leiten zu lassen.

WAS STEHT BEI DIR ALS NÄCHSTES AN? HAST DU BEREITS EINE NEUE KOLLEKTION IM KOPF ÜBER DIE DU SCHON SPRECHEN KANNST?

Eine neue Kollektion ist bereits in Planung: Family, Friends & Love. Sie sind für mich die drei wichtigsten Komponenten im Leben, die man einfach haben muss und braucht. Diese starken Säulen des Lebens möchte ich mit den wichtigsten Menschen in meinem Leben auf Leinwand festhalten. Deswegen werden es mindestens drei Bilder werden, aber wahrscheinlich eher mehr. Das Besondere: Ich male die Bilder zusammen mit einer der jeweiligen Personen. Bei Familie mit meiner Mutter oder meiner Schwester, bei Love mit meinem Partner und bei Freundschaft mit meiner Freundin, Schauspielerin Vanessa Eichholz.



ÜBER ANJA GRÄFIN VON KEYSERLINGK

Anja Kristina Gräfin von Keyserlingk (geb. Jamin) – Diplom-Betriebswirtin – ist in verschiedenen Bereichen selbstständig tätig. Als namhaftes Mediengesicht ist sie bekannt als Moderatorin, Sprecherin, Schauspielerin, Content Creator und Commercial Model. Außerdem ist sie als Eventmanagerin, Dozentin, Auditorin und Beraterin für Umwelt- und Qualitätsmanagement tätig und unterstützt einige Kunden im Bereich Marketing. Auch als Künstlerin und Designerin hat sie sich einen Namen gemacht. Als bekennende und engagierte Tierschützerin ist sie zudem Gesellschafterin eines veganen Restaurants in München. Sie lebt und liebt die Abwechslung und Flexibilität genauso wie Remote Work. Ganz nach dem Motto: „Du bist wer Du willst!“ Kreativ und vielseitig – genau das macht sie aus. Privat ist sie mit dem Unternehmer Konstantin Graf von Keyserlingk verheiratet und lebt in München.

Weitere Informationen gibt es unter www.anjavankeyserlingk.de

BAUKASTEN DER ZUKUNFT

Only the Best traf Frank Thelen exklusiv im Zuge der Vorstellung der neuen Luxusklasse G90 des koreanischen Autoherstellers Genesis zum Exklusivinterview im Driver's und Business Club der Motorworld in München. Ein Gespräch über Zeit, Innovation und Ziele.

FRANK, MAN HAT DAS GEFÜHL, DU BIST IMMER UNTERWEGS, ARBEITEST AN MEHREREN PROJEKTEN UND BIST SEHR UMTRIEBIG, WAS DIE FÖRDERUNG EUROPAS ANBELANGT. HAST DU TROTZ ALLEDDEM EINE INNERE RUHE?

Nein, ich lebe und arbeite wirklich an der Spitze der neuesten Technologien, finanziere und baue sie. Seit zehn Jahren beschäftige ich mich mit KI, aber das ist nur ein Teil davon. Es gibt auch die Robotik, komplett verteilte und selbstorganisierte Datensysteme und vieles mehr. Wenn man sieht, was noch alles kommen wird, und wie Europa im Vergleich dazu aufgestellt ist, ist mir das zu wichtig, um meine innere Ruhe zu finden. Ich möchte meinen Beitrag dazu leisten, dass Europa weiterhin relevant bleibt und nicht völlig bedeutungslos wird. Daher verspüre ich gerade kein Bedürfnis nach Entspannung.

WIEVIEL ZEIT BLEIBT UNS NOCH, BEVOR WIR IRRELEVANT WERDEN?

Niemand kann genau sagen, wie viel Zeit uns noch bleibt, bevor wir irrelevant werden. Das ist das Problem. Die Entwicklung von KI und anderen exponentiellen Technologien ist schwer vorhersehbar. Experten können nicht genau sagen, wann wir eine sogenannte „Singularity“ erreichen werden, also den Punkt, an dem KI so

intelligent wird, dass sie selbstständig denken und handeln kann. Es könnte in drei Jahren passieren oder auch später, wir wissen es einfach nicht. Die Zukunft ist ungewiss und das ist eine große Herausforderung. Ich habe mit einem meiner klugen Köpfe Schach gespielt und verschiedene Szenarien durchdacht. Aber oft führen diese Überlegungen zu besorgniserregenden Ergebnissen. Als Rheinländer könnte ich nun sagen: „Et hätt noch immer jot jejange“, also irgendwie hat es immer geklappt. Als Unternehmer und Europäer sieht das ganz anders aus. Ich engagiere mich aktiv, zum Beispiel durch den Aufbau unabhängiger Datenetze im Weltall. Wir dürfen nicht einfach den Amerikanern und Chinesen das Feld überlassen. Das ist schon ein Problem, auch wenn das von unserer westlichen Presse viel kleiner gemacht wird, als es ist. Die Kontrolle über Daten im Weltall wird immer wichtiger, wie man an aktuellen Konflikten sieht. Wer die Datenhoheit im Weltall hat, das entscheidet quasi über Gewinn und Verlust.

ICH GLAUBE, UNSERE MEDIEN VERMITTELN UNS DAS NICHT VOLLSTÄNDIG, SIE SCHAUEN INS AUSLAND, ABER LASSEN UNS NICHT RICHTIG DARAN TEILHABEN, UND WENN MAN DIE



AUSLÄNDISCHE PRESSE LIEST, DANN IST DAS BILD VON DEUTSCHLAND NICHT SEHR GLORREICH.

Ja, das ist richtig. Deutschland hat oft den Ruf, dass alles super läuft, aber das stimmt nicht immer. Schau dir zum Beispiel mal an, wie ich heute in einen Genesis steige und mich frage, ob er vielleicht besser ist als eine S-Klasse. Das kann doch nicht sein! In vielen Bereichen hinken wir hinterher. Wenn wir zum Beispiel darüber sprechen, wer führend in der Entwicklung von KI ist, haben wir in Deutschland kaum Technologie oder Grundlagen. Wir vernachlässigen sogar Daten, was ein großer Fehler ist. Ich denke, wir müssen aufmerksamer sein und eine andere Arbeitskultur entwickeln, in der es okay ist, auch mal länger zu arbeiten. Diese Themen werden momentan in vielen Talkshows diskutiert, aber ich glaube nicht, dass das der richtige Ansatz für unser Land ist. Das ist meine persönliche Meinung. Wir leben in einer Demokratie, also darf jeder eine andere Meinung haben, und das ist gut so. Deutschland muss aber aufwachen und wieder ehrgeiziger werden. Wir müssen wieder den Willen haben, Technologien wie Quantencomputer, 6G, Raketen und Satelliten zu entwickeln.

WIR MÜSSEN ALSO WIEDER HUNGRIG WERDEN. DU WURDEST INNOVATOR DES JAHRZEHNTS GENANNT. WIE SCHAFFEN WIR IN DEUTSCHLAND EINE ANDERE MENTALITÄT FÜR EIN INNOVATIONSFREUNDLICHES KLIMA? Das ist ein umfassendes Problem. Es beginnt bei der Politik, die die richtigen Rahmenbedingungen für Innovationen schaffen muss. Derzeit haben wir in Deutschland hohe Bürokratie und Regulierungen, die das Risiko für Innovationen abschrecken. Außerdem brauchen die Universitäten eine andere DNA, es muss



wieder eine Einstellung entwickelt werden, um große Systeme zu schaffen und zu fördern. Das vorhandene Kapital, sei es von wohlhabenden Familien oder Pensionskassen, muss in innovative Projekte fließen, was derzeit nicht ausreichend geschieht. Zum Beispiel wird die Fusionsenergie, obwohl wir hier in München eine erstklassige Forschung dazu haben, nicht ausreichend vorangetrieben, sondern eher belächelt. Wir müssen wieder den Pioniergeist fördern, wie es früher bei Ferdinand Porsche, Bosch oder anderen Unternehmen der Fall war. Der Hunger der nächsten Generation muss wieder da sein, um z.B. das beste Sportauto bauen zu wollen. Es gibt zwar einige vielversprechende Projekte wie den Elektrojet-Bauer Lilium Aviation, aber sie erhalten nicht genug Anerkennung und Unterstützung. Wir haben hier 2016 die Seed-Finanzierung gemacht, inzwischen wurden über 1,4 Milliarden Kapital investiert. Aber es ist nicht so, dass Gründer beklatscht werden und so viel Geld haben, dass sie gar nicht wissen, wohin damit. Wir müssen also dringend umdenken und Innovationen wieder schätzen. Es ist der falsche Weg, Unternehmen wie Tesla anzugreifen, wenn sie mehr Arbeitsplätze schaffen wollen.

ABER WIE WOLLEN WIR DAS LÖSEN, WENN DAS VERSTÄNDNIS DAFÜR FEHLT? GEFÜHLT DENKEN HEUTE WENIGE DARÜBER NACH, DASS DAS, WAS PRAKTISCH VERDIENT WERDEN SOLL, ERST EINMAL VON EINEM UNTERNEHMEN ERWIRTSCHAFTET WERDEN MUSS.

Die Frage ist, ob wir einen starken Wandel herbeiführen können. Wir leben derzeit in einer Phase, die von Kurzlebigkeit und Oberflächlichkeit geprägt ist. Die Frage ist, ob wir das umkehren können. Ich kann nicht genau sagen, ob das gelingt. Ich persönlich gebe jedoch jeden Tag mein Bestes, um Deutschland wieder auf den Weg des

Fortschritts und der Innovation zu bringen. Es ist eine enorme Herausforderung, und ich kann nicht garantieren, dass wir es als Land schaffen werden.

LIEBER FRANK, ALS EINSTIEG HATTE ICH DEN INNOVATION MAVERICK, ONLY THE BEST AUF EINER EXPEDITION MIT FRANK THELEN – AUF WELCHE EXPEDITIONEN IN DIE ZUKUNFT NIMMST DU UNS MIT? WELCHE NEUEN TECHNOLOGIEN BEEINDRUCKEN DICH AM MEISTEN UND WARUM? WAS BEEINDRUCKT DICH ÜBERHAUPT?

Was mich an Innovation begeistert, ist, der „Baukasten der Zukunft“ – wie verschiedene Technologien zusammenwirken, um neue Konzepte zu schaffen. KI ist momentan stark im Fokus, allerdings ohne diese richtig zu verstehen. Ich bin vor allem beeindruckt, wie KI mit Robotern und verteilten Blockchain-Systemen interagiert, um Gesamtkonzepte zu entwickeln. Ein Beispiel dafür ist der Fortschritt im 3D-Druck. Obwohl es nach einem großen Hype etwas ruhiger geworden ist, hat sich die Technologie enorm weiterentwickelt. Wir können nun tatsächlich Häuser drucken, was in Zukunft sehr wichtig sein wird. Ich bin begeistert von diesem Zusammenspiel der Technologien und davon, welche neuen Möglichkeiten daraus entstehen können. In den nächsten Jahren werden wir dank dieser Entwicklungen enorme Veränderungen erleben. Bisher haben wir zwar schon große technologische Fortschritte gemacht, wie das Internet und Smartphones, aber unsere analoge Welt hat sich noch nicht grundlegend verändert. Doch das wird sich bald ändern, wenn all diese Technologien zusammenkommen. Es fasziniert mich, wie schnell sich unsere Welt verändern wird, aber es macht mich auch nachdenklich, wohin diese Veränderungen führen werden. Wir haben keinen Stoppknopf für den technologischen Fortschritt, und andere Länder wie China und die USA treiben die Entwicklung mit Hochdruck weiter voran.

HAST DU EINE PERSÖNLICHE LERNKURVE?

Ja, definitiv! Die Welt ist unglaublich komplex, und die Themen, mit denen ich mich befasse, sind es auch. Zum Beispiel arbeiten wir an einem neuen Protein, das in Zukunft bestimmte Krebsarten behandeln oder heilen könnte. Ich lerne jeden Tag von sehr intelligenten Menschen, und manchmal fühle ich, dass mein Gehirn einfach nicht mehr mithalten kann. Mein größtes Hindernis ist, dass ich in meiner Jugend eher Skateboard gefahren bin, anstatt mich intensiv mit Schule, Chemie oder Biologie zu beschäftigen. Ich habe zwar gute Kenntnisse in Informatik, aber in Chemie und Biologie stoße ich täglich an meine Grenzen. Ob ich eine gute Lernkurve habe? Das kann wohl am besten jemand anderes beurteilen.

LEBST DU HIER UND JETZT?

Ich hoffe, ja, und ich arbeite jeden Tag daran, mehr im Hier und Jetzt zu leben. Es ist nicht einfach, in diesem Zustand der tiefen inneren Zufriedenheit zu verweilen und einfach das zu tun, was man gerade tut. Es hört sich einfach an, ist aber schwierig, da ich oft zu viel auf einmal will und auch immer noch das Bedürfnis habe, es mir selbst zu beweisen. Es gibt viele Ablenkungen, aber ich bemühe mich, jeden Tag besser darin zu werden, im Moment zu leben. Der Weg dorthin ist wahrscheinlich auch das Ziel, und hoffentlich werde ich mit 60 oder 70 Jahren noch besser darin sein.

MATTHEW MCCONAUGHEY HAT GESAGT, SEIN HELD IST ER SELBST IN ZEHN JAHREN, ABER NACH ZEHN JAHREN WAREN ES WIEDER ZEHN JAHRE, SODASS SEIN ANTRIEB IST, SICH TAG FÜR TAG SELBST ZU VERVOLLKOMMENEN.

Man denkt immer, dass es weitergeht, wenn man ein Ziel erreicht hat. Das ist

auch gesund. Für dieses und nächstes Jahr habe ich sehr ehrgeizige Ziele. Mal sehen, was passiert.

HAST DU ZUM ABSCHLUSS EIN PERSÖNLICHES STATEMENT FÜR UNSERE LESER?

Denk daran, dass das Leben endlich ist, und lebe jeden Tag bewusst! Das mag wie ein abgedroschener Spruch klingen, aber oft vergessen wir, wie schnell die Zeit vergeht, während wir im Alltagstrott stecken. Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass das Leben kostbar ist und jeder Tag genossen werden sollte. Lass dich nicht von schlechter Stimmung beeinflussen, sondern finde Freude im Leben. Das ist mir persönlich sehr wichtig, auch wenn es mir nicht immer gelingt.

WAS BEREITET DIR GROSSE FREUDE?

Leider nicht mehr so viel, ehrlich gesagt – vielleicht ist das ein Problem in meinem Leben. Aber was mir große Freude bereitet, sind die Durchbrüche, die wir in schwierigen Projekten erzielen. Wenn wir zum Beispiel an effizienten Energiespeichern arbeiten, fliegende Autos entwickeln oder Gigabitnetze im Weltraum aufbauen können – das macht mich wirklich glücklich. Es erfüllt mich mit Freude, ein Teil davon zu sein und diese Projekte möglich zu machen. Außerdem bringt mir meine Partnerschaft mit meiner Frau große Freude. Auch wenn es nicht immer einfach ist, auf einem hohen Niveau eine gute Beziehung zu führen, bedeutet sie mir sehr viel. Und ich lerne zunehmend, meine Gesundheit zu schätzen. Es macht mich glücklich, jeden Tag gesund aufzuwachen und gesund zu sein.



ÜBER FRANK THELEN

Frank Thelen ist ein europäischer Seriengründer, Technologie-Investor und TV Persönlichkeit. Seit 1994 gründet und leitet er technologie- und designgetriebene Unternehmen. In seiner Rolle als Gründer und CEO von Freigeist Capital konzentriert er sich auf Investitionen in der Frühphase. Seine Produkte haben über 100 Millionen Kunden in über 60 Ländern erreicht. Frank war der erste Investor in Startups wie Lilium Aviation, Wunderlist, Xentral, Ankerkraut und YFood. 2018 veröffentlichte er mit 42 Jahren seine Bestseller Autobiografie „Startup-DNA“, 2020 folgte „10xDNA“. 2021 legte er die 10xDNA Disruptive Technologies Fonds auf, mit denen er den erfolgreichen Venture-Capital-Ansatz von Freigeist auf den Aktienmarkt überträgt und seine Anlagestrategie für Privatanleger öffnet.

www.frank.io

SKINBOOSTER FÜR SOFORTIGES FRESHUP

Das neue Anti-Aging-Behandlungskonzept Bio Revitalization zählt zu den neuesten Beauty-Trends. Die Münchner Ärztin Dr. med. Natallia Brui erklärt, was es mit der neuen Gesichtsbehandlung auf sich hat und warum sie für jedes Alter geeignet ist.

HEUTZUTAGE GIBT ES IMMER MEHR ANTI-AGING-METHODEN FÜR EINE NOCH SCHÖNERE UND STRAHLENDERE HAUT. WESHALB IST DER TREND, SICH BEIM ARZT ODER DERMATOLOGEN BEHANDELN ZU LASSEN, IN DEN LETZTEN JAHREN SO GESTIEGEN?

Gerade jüngere Frauen legen bereits großen Wert auf die frühzeitige Prävention bevor die ersten Fältchen entstehen. Deshalb ist Botox schon früh ein Thema, aber auch natürliches Anti-Aging, ohne groß aufgespritzt auszusehen. Das breite Spektrum von minimal-invasiven Anti-Aging-Behandlungen bietet inzwischen eine Vielzahl von Behandlungsmethoden für eine schnelle Auffrischung ohne Ausfallzeiten und für eine natürliche Ausstrahlung in jedem Alter.

WIE FUNKTIONIERT DAS NEUE BEHANDLUNGSKONZEPT BIO REVITALIZATION?

Bio Revitalization mit einem SkinBooster ist ein neuer Behandlungstrend, um müde, fahle und schlaffe Haut wiederzubeleben. Es gibt verschiedene SkinBooster-Produkte, die unterschiedliche Inhaltsstoffe haben und somit auch unterschiedlich in der Haut wirken. Bei der am meisten verbreiteten Behandlungsmethode werden fünf definierte Punkte je Gesichtshälfte unterspritzt, sodass sich das Material großflächig in der ganzen Gesichtshälfte verteilen kann.

WAS IST DAS BESONDERE AM SKINBOOSTER VON OPERA REV?

Der SkinBooster Opera rev. beinhaltet pures, sehr flüssiges Hyaluron, das ganz leicht vernetzt ist. Dadurch ist sofort nach der Behandlung ein SOFORT-Lifting-Effekt der Haut zu sehen, was das Produkt einzigartig macht. Unerwünschte Schwellungen treten nicht auf. Die Haut wirkt sofort geliftet, erfrischt und strahlender. Langfristig wird die Kollagen- und Elastinbildung in der Haut angeregt, sodass auch ein nachhaltiger Anti-Aging-Effekt eintritt.

IST EIN SOFORTIGER EFFEKT SICHTBAR UND MIT WELCHEN KOSTEN MUSS MAN RECHNEN? Ja! Meine Kunden lieben diesen SkinBooster genau deshalb. Soforteffekt und keine unliebsamen Nebenwirkungen. Sie können am selben Tag über den roten Teppich schreiten und sehen aus wie frisch aus dem Urlaub. Die Kosten liegen bei ca. 350 Euro pro Behandlung.

WIE OFT MUSS ICH MICH PRO JAHR BEHANDELN LASSEN UND WAS SOLLTE MAN NACH JEDER INJEKTION BEACHTEN?

Je nach Zustand der Haut empfehle ich 2-3 Behandlungen im Abstand von 4-6 Wochen. Ich habe auch Kunden, die mit nur einer Behandlung sehr zufrieden



sind und zwei- bis dreimal im Jahr zur Auffrischung kommen. Gerade jetzt im Frühling ist Hochsaison, um die Haut nach dem Winter und der Heizungsluft wiederzubeleben. Direkt nach der Behandlung sollte man 2-3 Tage auf Sauna, Solarium und Sport verzichten. Ansonsten muss eigentlich nichts weiter beachtet werden.

WESHALB IST DIE SKINBOOSTER BEHANDLUNG NACH DEM URLAUB EMPFEHLENSWERT?

Generell ist eine SkinBooster Behandlung bei jeder Gelegenheit eine gute Wahl. Vor allem nach dem Urlaub, bedingt durch viel Sonnenstrahlung, braucht die Haut mehr Feuchtigkeit sowie Regeneration, um die Elastose vorzubeugen.

Dr. med. Natallia Brui, www.jivala.de

ZWISCHENLUXUSHOTEL UNDFINANZAMT

Die Ära des Influencer-Marketings hat eine Revolution in der Werbewelt ausgelöst, wobei Plattformen wie Instagram, YouTube und TikTok eine immer größere Rolle spielen. Auch vor der Hotel- und Tourismusbranche hat dieser Wandel nicht Halt gemacht. Doch neben dem Glamour des Reise-Influencer-Daseins gibt es steuerliche Überlegungen, die zu berücksichtigen sind.

VOM HOBBY ZUR „CASH-COW“: DER WEG EINES INFLUENCERS DURCH DEN STEUERDSCHUNDEL

Als Influencer weiß man genau, wie es so ist – man fängt mit einem coolen Hobby an und plötzlich explodieren die Follower-Zahlen, die Reichweite schießt durch die Decke und von jetzt auf gleich ist man mittendrin im Spiel der Gewerbeanmeldung und Steuererklärungen. Ja, genau, ich spreche von der steuerrechtlichen Seite des Influencer-Daseins. Das klingt zwar nicht so glamourös, gehört aber zur Tätigkeit des Influencers dazu. Es geht los, sobald man anfängt, Produkte oder Dienstleistungen von Unternehmen zu bekommen und dafür auf Social-Media-Kanälen die Trommel zu rühren. Dies muss auf eine nachhaltige Weise geschehen, also mit der Absicht einer regelmäßigen Wiederholung. Einmalige oder gelegentliche Handlungen genügen hier nicht. Außerdem muss eine Gewinnerzielungsabsicht vorliegen. Sobald das regelmäßig passiert und man nicht nur ge-

legentlich mal einen Deal an Land zieht, sondern das Ganze als ernsthafte Sache betreibt ist man steuerrechtlich relevant! Wenn Influencer von Unternehmen kostenlose Produkte oder Dienstleistungen wie Hotelübernachtungen erhalten, stellt sich die Frage, wie diese Einkünfte zuzuordnen sind. Einkünfte aus freiberuflicher Tätigkeit (z.B. schriftstellerische oder künstlerische Aktivitäten) unterliegen nur der Einkommensteuer, während für Einkünfte aus gewerblicher Tätigkeit möglicherweise auch Gewerbesteuer anfällt. Die Unterscheidung kann komplex sein, aber im Allgemeinen gilt: Wenn die Einnahmen hauptsächlich durch die Bewerbung von Produkten erzielt werden, handelt es sich wahrscheinlich um eine gewerbliche Tätigkeit.

DAS KLEINE EINMALEINS DER INFLUENCER-BESTEuerung

Was heißt das jetzt genau für Influencer? Was muss versteuert werden und wie macht man das?

SACHZUWENDUNGEN UND BETRIEBSEINNAHMEN

Wenn eine Firma einem Influencer ein Produkt zur Promotion zuschickt, dann gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder man schickt das Produkt danach zurück, wobei die Rücksendung dokumentiert werden sollte, und muss es steuerlich nicht angeben oder man behält es und muss dafür die entsprechende Steuer zahlen – es sei denn, er erhält für die Werbung einen Geldbetrag, der natürlich eine steuerlich beachtliche Betriebseinnahme ist. Behält man also das Produkt wie z.B. eine Kamera und nutzt es weiterhin betrieblich, wird diese dem Betriebsvermögen zugeführt. Zunächst muss jedoch der Wert ermittelt werden. Dieser Wert, auch die Bemessungsgrundlage für die Steuer genannt, entspricht dem Anschaffungspreis des Produkts. Der Betrag zählt zu den Betriebseinnahmen und ist ordnungsgemäß somit zu versteuern.



BETRIEBSAUSGABEN

Auf der anderen Seite stehen den Betriebseinnahmen die Betriebsausgaben gegenüber. Bei der Abschreibung von Sachwerten zählt der Wert des Produkts auch zu den Betriebsausgaben, sofern er für die selbstständige oder gewerbliche Tätigkeit genutzt wird. Hierfür wird das Produkt laut der entsprechenden AfA-Tabelle (Tabelle für die Absetzung für Abnutzung) abgeschrieben. Genauso läuft es, wenn man z.B. eine neue Kamera im Wert von 2.100 Euro erhält und diese für seine Posts nutzt. Dieser Wert kann nicht sofort in voller Höhe als Betriebsausgabe abgezogen werden, sondern der Influencer muss diesen über einen Zeitraum abschreiben, der vom jeweiligen Produkt abhängt. Für eine Kamera liegt dieser Abschreibungszeitraum bei sieben Jahren. Das heißt, die 2.100 Euro können über sieben Jahre zu jeweils 300 Euro als Betriebsausgabe geltend gemacht werden. Aber aufgepasst! Liegt der Wert des überlassenen Produkts innerhalb der Grenzwerte für geringwertige Wirtschaftsgüter (derzeit bis 800 Euro) kann dieser sofort in voller Höhe als Betriebsausgabe berücksichtigt werden.

ENTNAHME

Aber was ist, wenn man die Produkte privat nutzt? Auch das zählt als Gewinn und muss versteuert werden. Diese sogenannte „Entnahme“ aus dem Betriebsvermögen ins Privatvermögen zählt als Gewinn, wobei der Wert der Entnahme dem üblichen Wert dieses nun gebrauchten Produkts entspricht. Aber keine Panik, man zahlt nur auf den Teil, den man

auch wirklich privat benutzt hast. Also wenn man z.B. ein Sportoutfit im Wert von 80 Euro bekommt und es danach privat nutzt, zahlt man nur Steuern auf einen Teil davon. Entscheidend für den dafür anzusetzenden Wert ist der Wert des nunmehr gebrauchten Sportoutfits, der regelmäßig bei ca. 20 Prozent der Anschaffungskosten liegt. Die Steuerzahlung für die Entnahme erfolgt daher nur auf einen Betrag in Höhe von 16 Euro. Zu beachten ist, dass der Teilwert einzelfallabhängig und bei elektronischen Geräten z.B. deutlich höher zu bewerten als bei gebrauchter Kleidung. Anhaltspunkte können z.B. Onlineplattformen für gebrauchte Produkte bieten.

Und dann sind da noch die Travel-Influencer, die statt Produkten kostenlose Hotelübernachtungen oder andere Goodies wie Mahlzeiten oder andere Annehmlichkeiten von Hotels gestellt bekommen, um dann auf Social-Media-Plattformen dafür zu werben. Auch das ist steuerlich relevant, aber oft gibt's keinen klaren Preis dafür. Da muss man dann anhand von Vergleichspreisen oder branchenübli-

chen Tarifen schätzen und diesen als Betriebseinnahme angeben. Hierbei sollte man fair sein, da ansonsten das Finanzamt schneller zuschlagen kann, als man „Influencer“ sagen kann

Kleine Randnotiz: Manche Firmen versteuern die Sachgeschenke schon im Vorhinein. Dann muss man sie nicht noch einmal versteuern, aber die Erklärung der Firma zur Vorlage für das Finanzamt als Beleg aufbewahren. Auf diese Weise können pro Wirtschaftsjahr und Unternehmen Sachgeschenke im Wert von bis zu maximal 10.000 Euro entgegengenommen werden.

EINKOMMENSSTEUER, GEWERBSTEUER UND UMSATZSTEUER

Aber das ist noch nicht alles. Da gibt es zudem die Einkommenssteuer für den jährlichen Gewinn, die Umsatzsteuer und, wenn man zu der obersten Riege der Influencer zählt, sogar die Gewerbesteuer. Deshalb ist es sehr wichtig, dass man seine Tätigkeit richtig einordnet – sonst kann's teuer werden.

PRAKTSICHE TIPPS UND EMPFEHLUNGEN

Influencer sollten frühzeitig ihre steuerliche Situation klären, idealerweise bereits bei der Anmeldung ihrer Tätigkeit beim Finanzamt. Dies kann helfen, unerwartete steuerliche Verpflichtungen zu übersehen und eine reibungslose Zusammenarbeit mit den Finanzbehörden sicherzustellen. Um steuerliche Probleme zu vermeiden und ihre finanzielle Situation zu optimieren, sollten Influencer im Hotelsektor folgende Tipps beachten:

- **Detaillierte Aufzeichnungen:** Führen Sie detaillierte Aufzeichnungen über alle erhaltenen Sachzuwendungen und Einnahmen aus der Zusammenarbeit mit Hotels und Resorts.
- **Professionelle Beratung:** Suchen Sie frühzeitig professionelle steuerliche Beratung, um Ihre steuerliche Situation zu klären und potenzielle Steuerfallen zu vermeiden.
- **Regelmäßige Überprüfung:** Überprüfen Sie regelmäßig Ihre steuerliche Situation und passen Sie Ihre Steuerstrategie bei Bedarf an.
- **Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Partnern:** Arbeiten Sie nur mit vertrauenswürdigen Hotels und Resorts zusammen, um sicherzustellen, dass Ihre steuerlichen Verpflichtungen erfüllen können.



ÜBER NICOLE WOLF-THOMANN

Nicole Wolf-Thomann ist Rechtsanwältin und Fachanwältin für Steuer- und Erbrecht bei SKW Schwarz Rechtsanwälte in München. Sie berät Unternehmen und Privatpersonen in Steuer- und Erbrechtsfragen sowie in Verfahrensrecht. Ihre Tätigkeit umfasst steuerliche Beratung bei Unternehmenskäufen, Finanzierungen und Umstrukturierungen, Vermögens- und Unternehmensnachfolge sowie grenzüberschreitende Nachlassplanung. Sie vertritt Mandanten in Einspruchs- und Finanzgerichtsverfahren, berät in steuerlichen Strafverfahren und verteidigt bei Wirtschaftsstraftaten. Zusätzlich erstellt sie Steuererklärungen für Grundbesitz, Schenkung und Erbschaft, beantwortet Fragen zu Erbfolge, Testamenten und Verträgen, und berät zu Patientenverfügungen, Pflichtteilsansprüchen, Vorsorgevollmachten und Testamenten für Einzelpersonen und Ehegatten.



DRAUFGÄNGER ODERANGSTHASSEN

Eine eigene Persönlichkeit zu haben, galt lange als typisch menschlich. Inzwischen aber zeigt sich immer deutlicher, dass auch bei Tieren nicht ein Artgenosse tickt wie der andere. Und das gilt keineswegs nur für unsere nähere Verwandtschaft.

Haben Sie oft Streit mit anderen? Interessieren Sie sich für Kunst? Sind Sie erfinderisch? Launisch? Selbstsicher? Mithilfe solcher Fragen schätzen Psychologen gern die Persönlichkeit von Menschen ein. Das sogenannte „Big Five Inventory“ konfrontiert einen mit 60 Aussagen über sich selbst, die man in fünf Stufen von „stimme voll zu“ bis „stimme gar nicht zu“ einsortieren soll. Anhand der Antworten kristallisieren sich dann verschiedene Facetten der eigenen Persönlichkeit heraus. So erfährt man zum Beispiel, wie extrovertiert und verträglich, wie offen, gewissenhaft und emotional stabil man im Vergleich zum Durchschnitt der Bevölkerung ist. Neben diesen fünf zentralen Kategorien, den sogenannten „Big Five“, erfasst der Fragebogen auch noch eine Reihe von spezifischeren Eigenschaften. Persönlichkeitsforschung ist also schon bei Menschen eine recht komplexe Angelegenheit. Das gilt umso mehr bei Tieren, die man nicht mit ausgetüftelten Fragebögen konfrontieren kann. Doch auch bei ihnen lohnt es sich, die individuellen Unterschiede zwischen den einzelnen Artgenossen genauer unter die Lupe zu

nehmen. Denn das führt oft zu erstaunlichen Ergebnissen.

AFFEN MIT CHARAKTER

So lassen sich die „Big Five“ der menschlichen Persönlichkeit in ganz ähnlicher Form auch bei Schimpansen finden. Auch da gibt es zum Beispiel verträglichere Zeitgenossen, die gut mit anderen klar kommen, gerne kooperieren und selten aggressiv werden. Genauso gibt es aber auch Unruhestifter und Streithähne, für die all das nicht gilt.

Wie ein bestimmtes Tier diesbezüglich aufgestellt ist, lässt sich durch eine genaue Analyse seines Verhaltens einschätzen. Bei Affen, die in menschlicher Obhut leben, sind da oft Tierpfleger und andere Betreuer gefragt. Sie füllen für ihre Schützlinge spezielle Fragebögen aus, in denen Wesenszüge mit bestimmten Verhaltensweisen in Verbindung gebracht werden. Wie ängstlich ein Tier ist, machen sie zum Beispiel daran fest, ob es bei echten oder eingebildeten Bedrohungen schreit, Grimassen zieht oder die Flucht ergreift.

Auf diese Weise hat eine Gruppe um Drew

Altschul von der University of Edinburgh die individuellen Eigenheiten von mehr als 500 Zoo-Schimpansen erfasst. Dabei hat sich gezeigt, dass auch in Affenkreisen bestimmte Typen klar im Vorteil sind: Männchen, die gut mit anderen Artgenossen zurechtkommen, haben eine deutlich höhere Lebenserwartung als ihre weniger umgänglichen Kollegen – und damit auch bessere Chancen, Nachwuchs in die Welt zu setzen. Auf diese Weise könnte die Evolution sowohl bei Schimpansen als auch bei Menschen die Entwicklung von verträglicheren Persönlichkeiten gefördert haben, vermutet das Team.

MUT IST GEFÄHRLICH

Klar ist jedenfalls, dass die Persönlichkeit einen wichtigen Einfluss auf den Alltag, das Familienleben und den Erfolg von Primaten hat. Wie aber sieht das bei Tieren aus, die nicht zur näheren Verwandtschaft des Menschen gehören? Auch da haben Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler schon eine Fülle von individuellen Verhaltensunterschieden entdeckt. Fische zum Beispiel besitzen nicht nur in



dem bekannten Zeichentrickfilm „Findet Nemo“ ganz verschiedene Charaktere.

Einer der Hauptdarsteller dieses Films ist der ängstliche Clownfisch-Vater Marlin, der überall Gefahr wittert. Sein Sohn Nemo dagegen ist eher neugierig und mutig veranlagt – und das hat Folgen. Bei einer Mutprobe wagt er sich zu nah an ein Boot heran und wird prompt gefangen. Wer wissen will, wie viel Wahrheit in dieser Geschichte steckt, sollte sich mit Robert Arlinghaus vom Leibniz-Institut für Gewässerökologie und Binnenfischerei (IGB) und der Humboldt-Universität zu Berlin unterhalten. Er und sein Team erforschen die Persönlichkeit von Fischen – und stoßen dabei tatsächlich auf Angsthasen und Draufgänger. Manche Artgenossen sind zudem aktiver, aggressiver oder entdeckungsfreudiger als andere. Und neben den sozial eingestellten Tieren schwimmen die Eigenbrötler.

Wie aber lässt sich herausfinden, welchen Charakter so ein Schuppenträger hat? „Es gibt dafür verschiedene Standard-Tests“, sagt Robert Arlinghaus. Er und sein Team haben zum Beispiel den Mut von Karpfen untersucht. Die schwimmenden Kandidaten hatten dabei einen sicheren Unterschlupf und zwei Futterstellen zur Verfügung. Letztere konnten sie allerdings nur erreichen, wenn sie eine freie Fläche überquerten, auf der sie möglichen Feinden schutzlos ausgeliefert waren. „Die Risikobereitschaft eines Tieres zeigt sich bei diesem Versuch darin, wie viel Zeit es außerhalb seines Verstecks verbringt und wie oft es die Futterstellen aufsucht“, erklärt der IGB-Forscher.

Das Ergebnis hängt allerdings nicht nur von der Persönlichkeit, sondern auch von den äußeren Umständen ab. Das haben Robert Arlinghaus und sein Kol-



© ACG Visual – KI generiert – stock.adobe.com

lege Thomas Klefoth von der Hochschule Bremen herausgefunden, als sie das gleiche Experiment in einem naturnahen Teich und in einem ähnlich großen künstlichen Becken in einer Halle durchführten. Die Testfische gehörten zu zwei Karpfenrassen mit unterschiedlichem Temperament: Schuppenkarpfen gelten als vorsichtige Bedenkenträger, während die hochgezüchteten Spiegelkarpfen eher das dreiste Verhalten von Haustieren an den Tag legen.

Im Versuchsteich zeigten sich diese Unterschiede sehr deutlich: Die mutigen Spiegelkarpfen steuerten die ungeschützten Futterstellen sehr viel häufiger an als die scheuen Schuppenkarpfen, die lieber so lange wie möglich in ihrem Versteck blieben. Im Aquarium aber schien es plötzlich gar keine schwimmenden Angsthasen mehr zu geben. Wo kein Reiher-Schnabel lauert und das Wasser nicht einmal den Geruch von Raubfischen enthält, wirft offenbar auch der schüchternste Schuppenkarpfen seine Zurückhaltung über Bord. Doch als die Forscher immer wieder Fische mit einer kleinen Angel aus dem Becken holten und anschließend vorsichtig wieder zurücksetzten, fielen die Tiere wieder in ihre typischen Verhaltensmuster zurück. „Erst die latente Bedrohung durch die Angel brachte ihr wahres Gesicht zum Vorschein“, erläutert Robert Arlinghaus.

Angeln und Netze aber lauern heutzutage in vielen Seen, Flüssen und Meeresgebieten. Beeinflusst die Fischerei also die Persönlichkeitsentwicklung, weil sie bestimmte Verhaltensweisen belohnt und andere bestraft? Computermodelle zeigen, dass die Erfahrungen von Clownfisch Nemo durchaus einen wahren Hintergrund haben: Mobilere Tiere mit mehr

Erkundungsdrang werden eher geangelt, zurück bleiben vor allem die scheuen und wenig entdeckungsfreudigen Exemplare. Und das gilt nicht nur für virtuelle Fische. Auch in der Realität haben Robert Arlinghaus und sein Team solche Effekte schon nachgewiesen. Bei Hechten zum Beispiel fördert die Fischerei kleine, eher inaktive und scheue Tiere, die schwer zu fangen sind.

Das liefert auch einen Hinweis darauf, wie unterschiedliche Tierpersönlichkeiten im Laufe der Evolution entstanden sein könnten. Generell scheinen Feinde und Konkurrenten, schwankende Umweltfaktoren und andere Herausforderungen nämlich die Ausbildung von verschiedenen Charakteren zu begünstigen. Ist die Lage entspannt, kann man sich schließlich mit allen möglichen Verhaltensweisen irgendwie durchmogeln. Doch wenn es ernst wird und vielleicht sogar um Leben und Tod geht, ist Konsequenz gefragt: Man ist entweder vorsichtig und geht auf Tauchstation. Oder man schlägt alle Bedenken in den Wind und nutzt jede Gelegenheit zum Fressen.

Ein Patentrezept für den Erfolg gibt es dabei nicht. Je nach Situation kann mal der eine Verhaltenstyp im Vorteil sein und mal der andere. Wer zum Beispiel aktiver und mutiger ist, lebt wahrscheinlich gefährlicher. Dafür bekommt er aber auch mehr zu fressen. Lauern kaum Feinde in seinem Lebensraum, hat er vermutlich bessere Karten als seine vorsichtigeren Konkurrenten. In einer riskanteren Umgebung dagegen zieht er wohl eher den Kürzeren. Für das Überleben der gesamten Art dürfte es also von Vorteil sein, sowohl Angsthasen als auch Draufgänger in ihren Reihen zu haben.

INDIVIDUALISTEN AUF SECHS BEINEN

Dieses Prinzip aber gilt für alle möglichen Tiere. Warum also sollte es nur bei besonders hoch entwickelten Lebewesen verschiedene Persönlichkeiten geben? „Tatsächlich kenne ich keine Tierart, bei der sich Artgenossen nicht individuell in ihrem Verhalten unterscheiden“, sagt Robert Arlinghaus. Offenbar ist es eine Kombination aus Genetik und Umwelteinflüssen, die diese Vielfalt hervorbringt. Und je genauer Wissenschaftler hinschauen, umso mehr Beispiele finden sie. Sogar unter kleinen und unscheinbaren Insekten.

Diese Tiergruppe ist erst vor gut zehn Jahren in den Blick der Persönlichkeitsforschung gerückt. Vorher hatte niemand so recht auf dem Schirm gehabt, was für unterschiedliche Charaktere da durch die Gegend krabbeln, flattern oder surren. „Systematisch untersucht wurde das zum ersten Mal an Wanzen und Blattläusen“, erinnert sich Caroline Müller von der Universität Bielefeld. Wenn man nach den Individualisten der Tierwelt fahndet, sind das in den Augen vieler Menschen nicht unbedingt die naheliegendsten Kandidaten. Das Gleiche gilt auch für den nur wenige Millimeter großen, metallisch glänzenden Meerrettich-Blattkäfer, dessen Verhalten Caroline Müller und ihr Team seit 2013 untersuchen. Bis heute erntet die Biologin teils skeptische, teils amüsierte Blicke, wenn sie von Persönlichkeitstests für Käfer erzählt. Doch die Ergebnisse ihrer Studien sprechen für sich.

Wie risikofreudig so ein Insekt ist, lässt sich zum Beispiel mit einer ursprünglich für Wirbeltiere entwickelten Mutprobe untersuchen: „Man setzt die Käfer in eine offene Arena und misst die Zeit, bis

sie am Rand Schutz suchen“, erklärt die Forscherin. Tiere, die das lange hinaus-zögern, gelten als besonders mutig. Das gleiche gilt für Artgenossen, die sich aus einem dunklen Versteck rasch wieder ans Licht wagen. Oder die sich nach einem simulierten Angriff nicht lange tot stellen, sondern rasch wieder auf die Beine kommen. „Wir waren anfangs selbst überrascht, wie konsistent sich die Käfer in diesen Versuchen verhielten“, resümiert Caroline Müller. Wer sich in einem Test mutig zeigte, tat das auch in anderen. Und dieses Muster blieb auch über längere Zeit erhalten. Genau diese beiden Voraussetzungen müssen in den Augen der Forscherin erfüllt sein, um einem Tier eine Persönlichkeit zusprechen zu können. Welche das im Einzelfall ist, hängt auch bei Insekten nicht allein von der Genetik ab. Das haben Martin Tremmel und Caroline Müller herausgefunden, als sie ihre Käfer verschiedenen Umweltbedingungen aussetzten. Tiere, die sich mit schlechterem Futter begnügen mussten, zeigten sich zum Beispiel mutiger als Artgenossen, die im kulinarischen Schlaraffenland lebten. „Erstere haben wahrscheinlich nichts zu verlieren“, liefert Caroline Müller eine mögliche Erklärung. „Sie müssen größere Risiken eingehen, um überhaupt genug Futter zu finden.“ In anderen Versuchen hat die Biologin zusammen mit ihrem Kollegen Thorben Müller untersucht, wie sich das soziale Umfeld auf die Persönlichkeit der Käfer auswirkt. Insekten, die in Gruppen aufwuchsen, zeigten sich später nicht so mutig wie einzeln aufgezogenen Artgenossen. Möglicherweise können sie sich zu viel Dreistigkeit nicht erlauben, weil die anderen Gruppenmitglieder sie in die Schranken verweisen.

Doch nicht nur die eigenen Artgenossen können die Persönlichkeit von Insekten beeinflussen. Auch der Mensch funkt ihnen mitunter dazwischen. Wenn er ihre Lebensräume zerstört und voneinander isoliert, zwingt er sie zum Beispiel oft zu einer ungünstigen Partnerwahl: Tiere, die in ihrem Refugium isoliert wie auf einer Insel leben und keinen Kontakt nach außen haben, müssen sich wohl oder übel mit Verwandten paaren. Diese Inzucht aber kann nicht nur zu Krankheiten führen. Sie lässt Meerrettich-Blattkäfer auch eher unvorsichtig werden. Ähnlich wie ihre hungergeplagten Artgenossen haben offenbar auch diese Tiere wenig zu verlieren, weil sie sich wegen ihrer Gesundheitsprobleme ohnehin schlechter fortpflanzen können.

Neben dem Mut scheinen sich durch die Aktivitäten des Menschen auch noch andere Facetten der Käferpersönlichkeit zu verändern. „Wir haben zum Beispiel festgestellt, dass Weibchen unter dem Einfluss von Pestiziden aggressiver werden“, berichtet Caroline Müller. Das liegt vermutlich an Veränderungen im Stoffwechsel und im Nervensystem. „Haben Sie oft Streit mit anderen?“ Wenn sie einen Fragebogen ausfüllen könnten, müssten die krabbelnden Unruhestifterinnen diese Frage wohl mit „Ja“ beantworten.



ÜBER KERSTIN VIERING

Die freie Wissenschaftsjournalistin schreibt über Themen aus den Bereichen Biologie, Umwelt- und Naturschutz, Klimaforschung und Geowissenschaften





ZERO PUMP IST DIE KLEINSTE PUMPE DER WELT MIT VERSCHIEDENEN AUFSÄTZEN FÜR UNTERSCHIEDLICHE LUFTMATRATZEN. DANK DER LEICHTEN UND KOMPAKTEN EIGENSCHAFTEN LÄSST SICH ZERO PUMP GANZ EINFACH AN EINEM SCHLÜSSELRING BEFESTIGEN.
WWW.FLEXTAIL.COM

BESTOFDESIGN

LX PLATINE LELIÈVRE HERA IST EIN AKUSTISCHER ALL-IN-ONE-LAUTSPRECHER MIT INTEGRIERTEM PLATTENSPIELER INKLUSIVE VINYLPLATTE, PATENT WIDE SOUND 3.0 UND UMMANTELTE OBERSEITE AUS LELIEVRE-STOFF IN LIMITIERTER AUFLAGE.
AB € 4490,-
WWW.LABOITECONCEPT.COM



EIN SAMMLERTRAUM – DAS MODEL N°144 VON JEAN PERZEL IST EINE GROSSARTIGE KREATION AUS DEM JAHR 1926 AUS VERSCHIEBBAREM, ABGESCHRÄGTEM GLAS MIT ÖFFNUNGSABSCHNITTEN, WAS SEHR REPRÄSENTATIV FÜR DIE HOCHPRÄZISE HANDWERKSKUNST IST. AB € 4680,-
WWW.PERZEL.FR

BUMBUM C2764 VON FERROLUCE IST EINE HÄNGELEUCHE AUS KERAMIK, ERHÄLTICH IN VERSCHIEDENEN FARBEN. MIT DEN KUGELFÖRMIGEN UND RUNDEN FORMEN ENTFÜHRT BUMBUM EINEN IN EINE BERUHIGENDE WELT, IN DER MAN NICHTS ANDERES TUN KANN, ALS SICH ZU VERLIEREN. AB € 990,-
WWW.FERROLUCE.IT



DIE GROSSE SEGMENT DUET TOTE BAG WURDE FÜR DAS MODERNE LEBEN ENTWICKELT UND IST VON ENDLOSEN MÖGLICHKEITEN INSPIRIERT. HANDGEFERTIGT AUS GLATTEM ITALIENISCHEM KALBSLEDER, IN BEWUSST GERÄUMIGER FORM UND MIT INTEL-LIGENTER INNENAUSSTATTUNG. DER CHARAKTERISTISCHE OBERE GRIFF BIETET MEHRERE TRAGEMÖGLICHKEITEN: AM ARM, IN DER HAND ODER AN EINEM SEYER-SCHULTERGURT BEFESTIGT.
MASSE: 40 X 30,5 X 16 CM
WWW.SEYER-OFFICIAL.COM

DER GHODA CHAIR – EIN SITZ MIT ENERGETISCH PHYSISCHER PRÄSENZ UND DIE WEITERENTWICKLUNG VON SATYENDRA PAKHALÉS IKONISCHEM WERK AUS DER B.M. HORSE FAMILY, DER SICH ZWISCHEN ETHNO- UND POPKULTUR BEWEGT. EIN OBJEKT ZWISCHEN HANDWERK UND INDUSTRIE AUS RECYCLEBAREM POLYETHYLEN IN VERSCHIEDENEN FARBEN UND MISCHUNGEN FÜR JEDEN INNEN- UND AUSSENBEREICH.
ERHÄLTICH BEI VERSCHIEDENEN MÖBELANBIETERN



WEINDURCHBLICK

Werfen wir einen Blick auf die Rolle des Weins in der Antike. Wein ist nicht nur ein Getränk, sondern auch ein Symbol für Geselligkeit, Genuss und kulturellen Reichtum. Von den frühesten Anfängen im alten Mesopotamien bis zu seiner Bedeutung in der griechischen und römischen Welt hat Wein eine faszinierende Entwicklung durchlaufen.

In diesem Weindurchblick möchte ich ihnen eine kurze kulturhistorische Einordnung unseres Lieblingsgetränks bieten. Denn denken wir an Wein und Weinbau, denken wir an die Verbindung modernster Vinifikationstechniken und antiker Tradition. Doch wie stand es denn um das Thema in der Antike?

Wein spielte in der Antike eine zentrale Rolle in vielen Aspekten des täglichen Lebens – von religiösen Zeremonien bis hin zu gesellschaftlichen Zusammenkünften. Die Geschichte des Weins reicht tausende von Jahren zurück und ist eng mit der Entwicklung der menschlichen Zivilisation verbunden.

Die früheste dokumentierte Herstellung von Wein stammt aus dem alten Mesopotamien im 6. Jahrtausend v. Chr. Die sumerischen und babylonischen Kulturen kultivierten Weinreben und praktizierten rudimentären Weinbau. Später übernahmen die Ägypter die Techniken des

Weinbaus und trugen zur Verbreitung von Wein in der Region bei. Die alten Ägypter betrachteten Wein als göttliches Geschenk und verwendeten ihn in religiösen Zeremonien und im Alltag.

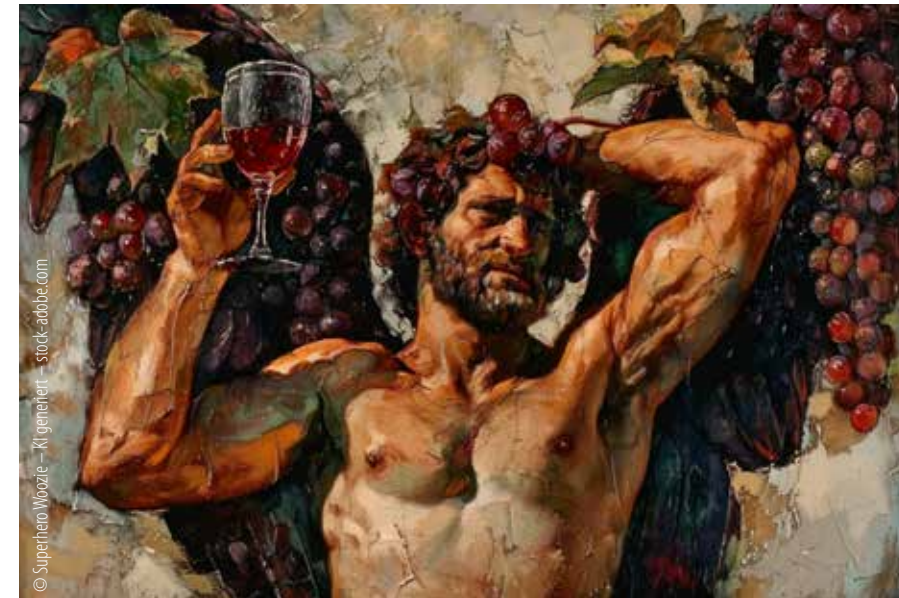
Die Griechen wiederum spielten eine entscheidende Rolle in der Entwicklung des Weinbaus und der Weinherstellung. Sie entdeckten neue Rebsorten, verbesserten die Techniken des Weinbaus und führten die Klassifizierung von Weinen nach Qualität ein. Wein war ein integraler Bestandteil der griechischen Gesellschaft. Von Trinkgelagen bis hin zu kulturellen Veranstaltungen wie den berühmten Symposien, bei denen Philosophie, Politik und Kunst diskutiert wurden, während die Teilnehmer Wein konsumierten.

Auch die Römer waren große Weinliebhaber und trugen zur Verbreitung des Weinbaus in Europa bei. Unter der Herrschaft des Römischen Reiches wurden große Weinberge angelegt, und Wein

wurde zu einem Handelsgut von enormer wirtschaftlicher Bedeutung. Die Römer schätzten die Vielfalt der Weinsorten und entwickelten Techniken zur Lagerung und zum Transport von Wein in Amphoren.

In der antiken Welt spielte Wein eine weitere wichtige Rolle in der Medizin. Griechische Ärzte wie Hippokrates verwendeten Wein als Heilmittel und empfahlen ihn zur Behandlung verschiedener Krankheiten. Also quasi ein „MediSommelier“. Wein galt auch als Symbol für Wohlstand und sozialen Status. Römer zeigten ihren Reichtum und ihre Macht durch den Konsum und die großzügige Verteilung von Wein. Hier scheint sich also nicht viel verändert zu haben ...

Religiöse Rituale waren eng mit Wein verbunden. Sowohl im antiken Griechenland als auch im Römischen Reich wurden Weinopfer den Göttern dargebracht, um ihre Gunst zu erlangen. Der griechische Gott Dionysos, der dem Wein gewidmet



ÜBER ALESSANDRO BORIONI

In den Marken geboren – genauer gesagt in Urbino – ist Alessandro Borioni, Interim Manager der Aichinger Gastro GmbH in München, ein waschechter Italiener. Die Leidenschaft für beste Weine und gutes Essen liegt ihm also im Blut. Bevor er sein ganzes Engagement bei Feinkost Käfer als Head Sommelier an den Tag legen durfte, waren seine Stationen das Les Cuisiniers und das mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete Les Deux in München sowie das L'Arpège in Paris.

war, wurde in zahlreichen Festen gefeiert, bei denen Wein eine zentrale Rolle spielte.

Obwohl Wein in der antiken Welt weit verbreitet war, war er nicht für alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen zugänglich. Während wohlhabende Bürger regelmäßig Wein konsumierten, konnten sich ärmere Menschen oder Sklaven oft nur minderwertigen Wein leisten oder mussten sich mit alternativen Getränken begnügen. Bier tat man im antiken Rom als Getränk für Barbaren und die Unterschicht ab: Es stank nach Ziegen.

Wie heute auch zu konstatieren, kannten die antiken Völker keine strengen Gesetze zur Regulierung des Alkoholkonsums, was zu exzessivem Trinken und seinen Folgen führte.

Trotzdem bleibt der Wein ein faszinierendes Zeugnis der antiken Kultur. Er spiegelt die Werte, Traditionen und den Lebensstil der alten Zivilisationen wider. Die Bedeu-

tung des Weins in der Antike lässt sich bis heute in unserer modernen Kultur spüren, sei es in der Kunst, der Literatur oder dem gesellschaftlichen Leben. Wein ist mehr als nur ein Getränk. Er ist ein Symbol für Menschlichkeit, Genuss und das Streben nach Vergnügen und Erkenntnis.

LINKSHORTLIST

www.genesis.com
www.bang-olufsen.com
www.marriott.com
www.nobuhotelibizabay.com
www.zumarestaurant.com
www.pacha.com
www.cottonboats.com
www.tigreibiza.com
www.juntoshouse.com
www.elchiringuitoibiza.com
www.hard-board.de
www.fairmont.com/st-andrews-scotland/
www.instahelp.me
www.thebicestercollection.com/ingolstadt-village/de
www.koenig-ludwig-hotel.de

www.dahler.com
www.eselgaleriekampen.de
www.kampeninfo.de
www.kingshouse.de
www.bayreuther-festspiele.de
www.anjavonkeyserlingk.de
www.frank.io
www.jivala.de
www.naturejournalism.com
www.flextail.com
www.laboiteconcept.com
www.perzel.fr
www.ferroluce.it
www.seyer-official.com
www.barvalentin.de

Only the Best

BRAND SPACES

Folgen Sie uns auch auf Instagram [@onlythebestbrandspaces](https://www.instagram.com/onlythebestbrandspaces) oder schreiben Sie direkt an hello@onlythebest.de.

IMPRESSUM

GRÜNDER UND VERANTWORTLICHE REDAKTION
Julia und Sven Holsten
www.onlythebest.de

Only the Best Brand Spaces GmbH, Prinzregentenstr. 85, 81675 München, Tel. 0172 28 10 108, info@onlythebest.de
AUTOREN DIESER AUSGABE Kim Averweg, Alessandro Borioni, Julia Holsten, Sven Holsten, Guido Kellermann, Tina Schneider-Rading, Jürgen Reschop, Kerstin Viering, Imke Wein, Christiane Wolff, Nicole Wolf-Thomann
TITELFOTO Genesis Motor Europe GmbH
GESTALTUNG Julia Holsten, jh@onlythebest.de
ANZEIGEN/KOOPERATIONEN Sven Holsten, sh@onlythebest.de
DRUCK Gebr. Geiselberger, Altötting

© Only the Best Brand Spaces GmbH, soweit nicht anders angegeben. Alle Rechte vorbehalten. Die Zeitschrift und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Herausgebers strafbar. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

Die nächste Ausgabe erscheint im Herbst 2024



DEM FROHSINN SEIN LIEBSTES LOKAL

Die Bar Valentin in Münchens schönstem Innenhof, direkt am Platzl, führt leidenschaftlich gerne in Versuchung. Dem kleinen Hunger kann man sich hier im großen Rahmen hingeben. Restaurant oder Bar? Die große Kunst besteht oft darin, aus dem „Oder“ ein „Und“ zu machen. So lässt das Konzept viel Spielraum für seine Gäste und ist somit eine Oase für Aperitivo, italienische Küche und Mixology Cocktails, deren Kreativität keine Grenzen kennt.



BAR VALENTIN

Pfisterstrasse 9+11
80331 München

www.barvalentin.de
Instagram [@barvalentin.de](https://www.instagram.com/barvalentin.de)



ELEGANZ IN PERFEKTION

ENTDECKEN SIE DEN NEUEN
GENESIS G90



GENESIS.COM



Genesis G90 3,5T 305,2 kW (415 PS) AWD Benzin, 8-Gang-
Getriebe; Gesamtverbrauch kombiniert: 11 l/100 km,
CO₂-Emissionen kombiniert: 248 g/km (Werte nach WLTP).