

BARNERT'S MAGAZINE

PERSÖNLICHKEITEN | KULTUR | LEBENSART | WERTE | VITALITÄT

CHRISTOPH
SCHWARZ
HELD IM HINTERGRUND

„Ganz schön **fett**“
Eigenfett statt Botox & Co.

Die Legende Valentino Garavani
50 Jahre Haute Couture

**CONTINENTAL
BREAKFAST**
DER BENTLEY CONTINENTAL
GT CONVERTIBLE

ANLAGEIMMOBILIEN IN
MÜNCHEN



Liebe Leserin, lieber Leser,

Anfang 2013 ein neues Magazin an den Start zu bringen, erfordert weniger Mut als Weitsicht. Nicht trotz Tablets und Smartphones, sondern eben darum: Der Mensch liebt die Vielfalt. Und auch in der Medienwelt geht es längst nicht mehr ums Verdrängen. Es ist das Miteinander, das zählt. Gerade weil der oft schnelle Alltag den Bildschirmen gehört, freuen sich unsere Augen über das gedruckte Wort und Bild. Unsere Hände über echtes Blättern. Und unsere Sinne über Typografie und Gestaltung.

Wir gehen auch inhaltlich damit konform und zeigen neue Trends, ohne mit Bewährtem zu brechen. Wir zeigen **Persönlichkeiten**, die sich auch so nennen dürfen, **Kultur**, die als solche zu verstehen ist, **Lebensart**, die unser Leben wertvoller macht. Und **"Vitalität"**, denn ohne Gesundheit ist alles . . . nichts.

Mit einer breiten Vielfalt an Themen blicken wir in der Erstausgabe u.a. dem renommierten Münchner Interiordesigner Christoph Schwarz über die Schultern, lassen bei Wein und Beauty an der Mosel die Seele baumeln, fragen Dr. Annett A. Kleinschmidt, Fachärztin für plastische und ästhetische Chirurgie, wie wir die neugewonnenen Pfunde intelligent nutzen können und warum man gerade jetzt in eine Immobilie in München, der schönsten Stadt der Welt, investieren sollte.

All das und – wie soll es anders sein – noch viel mehr können Sie in der ersten Ausgabe von BARNERT'S Magazine lesen.

Herzlichst, Ihr

Oliver Barnert
Herausgeber



Oliver Barnert
Herausgeber

INHALTSVERZEICHNIS

PERSÖNLICHKEITEN 7

Held im Hintergrund [8]

Innenarchitekten sind Helden, die am Ende keiner sieht.

Larcon [14]

In gewissen Dingen muss man nicht mit der Mode gehen.

Der (Luxus-)Macher [16]

„Exklusivität entsteht in den Herzen und Köpfen von echten Enthusiasten.“

(K)eine unter Vielen [18]

„Haare sind voller Emotionen, leben von Inspiration und lieben Ideen.“



KULTUR 21

Valentino [22]

Die Legende Valentino Garavani: 50 Jahre Haute Couture

Die Gin-Gin-Strategie [24]

Gin und Vodka oder: Leben und leben lassen.

Der Erleuchter [28]



VITALITÄT 77

Ganz schön fett [78]

Innere Werte einmal neu definiert

Tabu or not Tabu [82]

Krebs – ist für viele in unserer Gesellschaft ein großes Tabu

Komplett vernetzt [84]

Wie Social Media unseren Alltag und Lifestyle ganz neu definiert



28 LEBENSART

Die Legende lebt [30]

Hier wird nicht gemixt... Hier wird kreiert

Continental Breakfast [34]

Frische Luft macht Appetit: Der Bentley Continental GT Convertible

Der Transporter [37]

TSC: The Service Company

Dem Himmel so nah [38]

Weinromantikhotel: Boutique-Hotel des Jahres 2011

Italien [42]

La dolce vita und vor allem Essen

Gadgets [46]

... Gerät mit bisher so nicht bekannter Funktionalität und/oder Design

New York [48]

Ein Tag New York aus Sicht eines Insiders

Kim Sang [50]

PanAsia Cuisine

Verwöhnzimmer [52]

Wo Standard-Einrichtung endet, beginnt die Welt der Annette Frank

BARNERT'S Löffel-Liste [54]

All die Dinge, die man im Leben nicht verpassen sollte

57 WERTE

BARNERT & COMPANY [58]

Exzellenz in der Finanzberatung

Wertorientiert [62]

Anlegen mit planbaren Renditen

Anlageimmobilien in München [64]

Investieren Sie in den Spitzenreiter

Intelligent stiften gehen [70]

Wenn Sie beim Erben Steuern sparen möchten, sollten Sie die richtige Vorsorge treffen.

Rohstoffvorkommen in den USA [72]

Neue alte Wege bei der Energieversorgung

Nordic Oil [74]

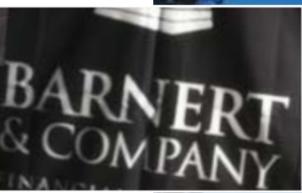
High-Performance Oil Funds



BARNERT'S MAGAZINE

Die **BARNERT'S**-MAGAZINE-Events.

Wir verbinden unsere Kunden und schaffen Synergien.



Lassen Sie sich vormerken: www.barnerts-magazine.de



© Neiron Photo - Fotolia.com

Held im Hintergrund

Innenarchitekten sind Helden, die am Ende keiner sieht.

Larcon

In gewissen Dingen muss man nicht mit der Mode gehen.

„Der (Luxus-)Macher“

„Exklusivität entsteht in den Herzen und Köpfen von echten Enthusiasten.“

(K)eine unter Vielen

„Haare sind voller Emotionen, leben von Inspiration und lieben Ideen.“

PERSÖNLICHKETTEN



HELD

IM HINTERGRUND

Designer benötigen eine überragend schöpferische Geisteskraft, tagesaktuelles Allgemeinwissen und ein hohes Maß an Selbstvertrauen.

Innenarchitekt Christoph Schwarz hat den Münchner Salon der mehrfach ausgezeichneten Promi-Friseurin Andrea Kehl gestaltet. Sogar gesamtheitlich – vom Briefpapier bis zu den nachempfundenen Adnet-Spiegeln, die schon Hermès begeistert haben und sich heute heute im Salon-Logo wiederfinden.

Boucler la boucle! BARNERT'S MAGAZINE war bei der Eröffnung und ist begeistert: Die Melange aus dem Paris

vergangener Tage und der Gegenwart ist frisch und mutig. Nicht nur für München. Das machte uns neugierig: Was bewegt solche Designer? Welchen Einfluss haben Auftraggeber? Woher stammen die Akzente?

Und überhaupt: Was genau ist „Interior Design“ überhaupt?

Nüchtern betrachtet die „Symbiose aus Planung und Gestaltung von Innenräumen“, die „Gewährleistung von körperlichem, geistigem und sozialem Wohlbefinden der





Menschen in Räumen“. Behauptet zumindest Wikipedia.

So weit, so gut. Beschäftigt man sich mehr mit diesem Thema, wird es schnell (sehr) viel komplexer, zumindest für den Architekten. Neben Design, Bau-Kunst und Statik geht es hier auch um Ästhetik, Technik, Ökonomie und letztendlich Politik.

Wir sind verwirrt: Wer, um alles in der Welt, kann (und will) so etwas vereinen?

Unverdünnt und ohne zu verfälschen. Und recherchieren weiter. Bis zu dem

Schluss, dass Interior Designer tatsächlich eine überragend schöpferische Geisteskraft benötigen, tagesaktuelles Allgemeinwissen und ein hohes Maß an Selbstvertrauen. Denn am Ende jedes sicher arbeitsreichen Tages folgen oft noch kontroverse Urteile oberflächlicher Betrachter. Die somit auch noch abgeholt werden müssen, damit der Kreis sich wirklich schließt. Kurzum: Innenarchitekten sind Helden, die am Ende keiner sieht. Weil für sie nur das Ergebnis zählt.

Kurzum:
**Innenarchitekten
sind Helden, die
am Ende keiner
sieht.**



BARNERT'S MAGAZINE sprach mit einem, der das alles kann.

Lieber Christoph Schwarz, wie kommen Sie dazu, einen Friseursalon zu gestalten?

Schwarz: Ich fühlte mich berufen, durch die Frage der Auftraggeberin: „Ich möchte den schönsten Friseursalon Münchens und er darf nicht aussehen wie ein typischer Salon.“ Da ich das letzte Mal vor 38 Jahren in einem war, tat ich mir mit dieser Aufgabenstellung leicht.

Unsere Huhn-oder-Ei-Frage: Wer hatte die Idee zu diesem Design?

Schwarz: Ich, wobei mir die Umsetzung durch das Urvertrauen der Auftraggeberin Andrea Kehl leicht gemacht wurde. Von der Visitenkarte bis zu den neu gesetzten Wänden. Ist es ein Segen oder Fluch, ganzheitlich zu designen? Ein absoluter Glücksfall. Wenn man dem Bild auch noch selbst den passenden Rahmen geben kann, dann kann das Gesamtbild nicht so leicht verfälscht werden und die Aussage wird für den Betrachter viel klarer. Und zudem bereitet es auch noch eine Menge Freude.

Ihre Top-3-Design-Favoriten, ob Auto oder Toaster?

Schwarz: Haus: Mies van der Rohe Pavillon Barcelona. Motorrad: Triumph Bonneville T/100. Tier: Delphin.

Christoph als Kind: Ihr erster Berufswunsch? Ganz ehrlich.

Schwarz: Lebensmittelverkäufer.

Beschreiben Sie Ihr Elternhaus-Interior in einem Satz.

Schwarz: Wohnen kann sehr vielfältig sein.

Wie wohnt Christoph Schwarz denn selbst? Und wo?

Schwarz: Fast im Zentrum von München und ziemlich im Fokus des eigenen Geschmacks. Ja, und ich fühle mich ziemlich wohl da.

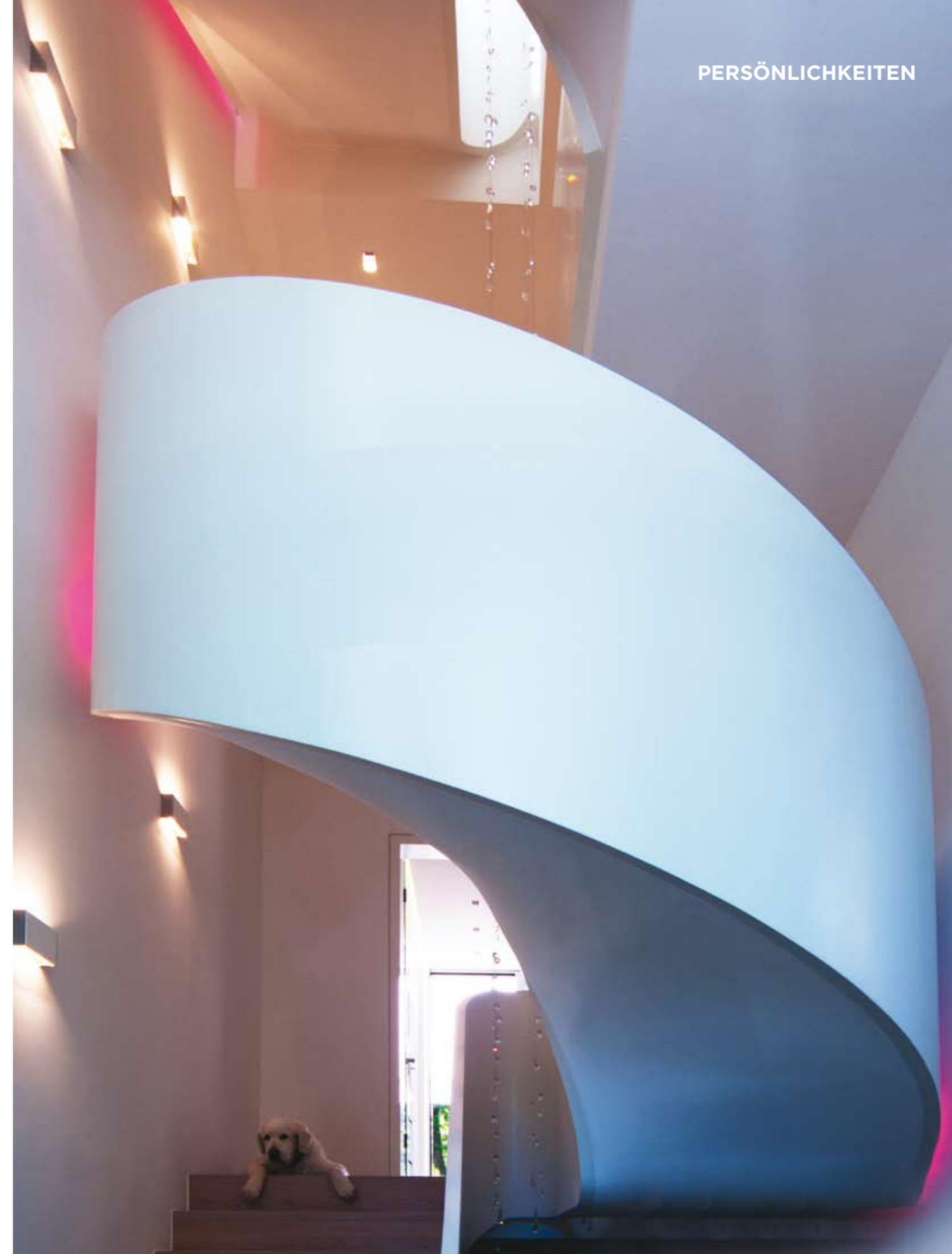
Bundestag oder United Nations. Ihr Lebenstraum in Sachen Interior Design?

Schwarz: Den Eiffelturm von innen ausgestalten.

Last but not least: Ihr aktuelles Projekt. Und die größte Herausforderung dabei?

Schwarz: Im Moment ein Haus in Nymphenburg von innen und außen mitzugestalten und es als Gesamtes schlüssig zu machen. Gleichzeitig die Bauherren dahin zu bringen, dass sie dies erkennen und es aus freien Stücken für gut befinden. Und nach Fertigstellung des Ganzen von den Bauherren zu hören, dass sie es nicht bereuen, mich kennengelernt zu haben.

That's it! ■



„Stil ist eine Lebensphilosophie, Mode ein Lebenselixier, das durch Kreativität Emotionen freisetzt, Persönlichkeit betont und Freiheit ausdrückt.“

Esther Erl



LARCON

COLLECTION MUNICH
by esther erl

„In gewissen Dingen muss man nicht mit der Mode gehen“, sagt Esther Erl.

Mit ihrer individuell gestalteten Boutique in München-Bogenhausen hat die Designerin Esther Erl ein außergewöhnliches Store-Konzept realisiert. In Verbindung mit Kunst und Mode entstand ein wohltuendes und harmonisches Ambiente, in dem sie exklusiv auch ihre eigenen Kollektionen präsentiert, die noch in kleinsten deutschen Handwerksbetrieben manuell zugeschnitten und gefertigt werden.

So entstehen aus hochwertigsten Materialien kurze, die Figur und das Detail betonende Jäckchen, die mit weiten Röcken kombiniert werden. Das Kleid aus den 60er Jahren vermischt Esther Erl subtil mit Modernität und lässt es in einem weichen Woll-Cashmere-Jersey neu aufleben. Sie versteht es, Wertigkeit, Komfort und Luxus ihres Labels mit der „Leichtigkeit des Seins“ zu mixen und unangestrengt in den Alltag einzufügen.

Sie selber trägt vorzugsweise ihre androgyn anmutenden G-Röcke mit Jeans und Sneakers.

Esther Erls Ansprüche an ihre Arbeit sind sehr hoch, sie manifestieren sich in präzise gefertigten Passformen und Proportionen. Absoluter Perfektion in der Mode steht sie jedoch ablehnend gegenüber, ihrem Credo folgend: „Perfektion ist das Ende der Kreativität.“

Inzwischen führt LARCON COLLECTION auch Labels wie Fabiana Filippi, Invemi, Lorena Antoniazzi und Bruno Manetti, Schuhe von Ludwig Reiter, Attilio Giusti



Die Designerin Esther Erl (Wolfgang Erl LUPO 2012 Privatbesitz)

Leombruni, aber insbesondere auch unbekannte, eigenwillige und originelle Accessoires, Outfits, die aufgeschlossene und selbstbewusste Frauen ansprechen, die sich nicht über ihr Alter, sondern ihren Stil definieren. Und so ist es auch keine Ausnahme, sondern das schönste Kompliment für die Schweizerin, wenn sich gleichzeitig drei Generationen von diesem bezaubernden Geschäft, seinem vielfältigen Sortiment und dem kompetenten, herzlichen Beratungsteam angesprochen fühlen – auch wenn die Jüngsten vor allem vom Angebot der Gummibärchen begeistert sind! ■

LARCON COLLECTION MUNICH

Schumannstraße 3
nächst Feinkost-Käfer
81679 München

Tel. +49 89 1273 7388 0
Fax +49 89 1273 7388 0

collection@larcon.eu
www.larcon.eu

Öffnungszeiten
Mo-Fr
10:00 - 19:00 Uhr
Sa
10:00 - 16:00 Uhr



Der (Luxus-)Macher

Echter Luxus ist eine Frage des persönlichen Standpunktes. Das war er wohl schon immer. Dabei sehen die wenigsten, worum es hier wirklich geht – selbst der Duden definiert das Wort als (lat.) „üppige Fruchtbarkeit“. Andere Quellen assoziieren ihn, noch schlimmer, mit „Maßlosigkeit“ oder „Verschwendungssucht“.

Einer der Menschen, der sich dieses Mysterium zum Beruf gemacht hat, ist Alexander Klingbeil, Geschäftsführer der Zielsatz GmbH aus München. Er hat sich mit seiner Agentur auf die Vermarktung von Luxusgütern spezialisiert. Nicht irgendwelche Produkte von Manufakturen.

Alexander Klingbeil weiß, wovon er spricht. Nach seinem Studium war er bereits in jungen Jahren Unternehmer. Marketing, Vertrieb, Distribution – er hat alle Stationen durchlaufen. Zu seinen Kunden zählten im Laufe der Jahre viele berühmte Marken des Genres: Cartier, IWC, Roger Dubuis, Jaeger-LeCoultre genau wie Moët & Chandon, Hennessy Cognac und Dom Perignon.

„Der typische Luxustraum einer Rolex-Uhr und eines Porsches ist längst überholt, er hat sich verbraucht“, sagt er. Und weiter:

„Die Kunden, die wir ansprechen, haben das alles längst.“

„Viele hochpreisige Produkte sind quantitativ und qualitativ Massenware und unsere Kunden wissen das. Sie sind längst anspruchsvoller und wollen sich differenzieren. Sie suchen nach etwas Neuem, nach etwas Einzigartigem – etwas, worüber es lohnt zu

sprechen, nicht nur, es als Regel hinzunehmen.“

Ein echtes Luxusprodukt sollte die Qualität des Kunden selbst verkörpern. Und eine ökonomische wie intellektuelle Freiheit.

Das gelingt nur Dingen, die individuell für Käufer gemacht werden. Emanzipiert vom Mainstream will sich der erwachsene Kunde damit ausdrücken.

Nehmen wir eine Marke, die genau denselben Anspruch hat: „Exklusivität entsteht in den Herzen und Köpfen von echten Enthusiasten“, sagt Friedhelm Wiesmann, der gemeinsam mit Bruder Martin 1988 die Automobil-Manufaktur „Wiesmann“ gründete. „Individualität ist ein Gefühl. Und eine Menge Handarbeit. An jedem unserer Sportwagen sind Spezialisten rund 350 Stunden beschäftigt und machen jeden

„EXKLUSIVITÄT ENTSTEHT IN DEN HERZEN UND KÖPFEN VON ECHTEN ENTHUSIASTEN.“

Wiesmann damit zu einem echten Unikat.“

Es sind natürlich nicht Fahrspaß, Formgebung und Fertigungsqualität allein, die den wahren Wert eines Wiesmann-Sportwagens bestimmen. Entscheidend ist die Exklusivität. Entscheidend ist, dass jeder gefertigte Sportwagen im Wortsinn einmalig ist. Denn er wird als Unikat in präziser Handarbeit von Spezialisten exakt nach den Wünschen seines Käufers gebaut. So bringt nur Wiesmann die Idee der Individualität in ihrer reinsten Form auf die Straße.

„Einen Wiesmann sehen Sie auf der Straße weit weniger oft als einen Rolls-Royce. Selbst wenn die Marken unter sich nicht vergleichbar sind, bleibt eines bemerkenswert: Sitzen Sie in einem Wiesmann, reagieren die Menschen unglaublich positiv“, ergänzt Alexander Klingbeil. Und Herr Wiesmann lächelt.

Das Schweizer Unternehmen „Manufacture Royale“ fertigt außergewöhnliche „Haute Horlogerie“-Uhren. Mit unverhohlenem Eliteanspruch hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt, die höchsten Komplikationen der Zukunft, „Minutenrepetition“ und „Tourbillon“, mit einem einzigartigen Design zu verbinden – bei einer Fertigungstiefe von über 98% im eigenen Haus.

„Praktisch einzigartig im Uhrenmarkt, der heute größtenteils konzerngesteuert funktioniert“, schwärmt Alexander Klingbeil. „Zudem hat der Kunde die Möglichkeit,

seine Uhr so mitzugestalten, wie er will. Eine Plakette mit Familienwappen, feinste Gravur des Namens? Überhaupt kein Problem. Die Manufaktur erfüllt jeden Wunsch – solange er nicht die Qualität beeinflusst.“

Bei dem Luxus der neuen Generation geht es nicht um Markenaffinität, sondern um Qualität und echten Mehrwert. Was nutzt die edle Taschenmarke, wenn sie letztendlich doch fast nur aus Kunststoff ist. Oder die berühmte Uhr, die am Ende von einem industriellen Laufband fällt.

Alles in allem bleibt eine Erkenntnis: Der größte Luxus den es gibt, ist die Zeit, die man hat. Wir sollten sie mit Luxus, füllen. Aber bitte mit echtem.

„Eine Kundin sagte mir einmal: ‚Herr Klingbeil, ich finde diese Uhr sehr schön. Aber wissen Sie, was mich genau so reizt? Keine meiner Freundinnen hat etwas Ähnliches.‘ Die Marke hat sie nicht interessiert, genauso wenig wie der Preis. Da wusste ich: Diese Kundin versteht das Produkt.

„DER TYPISCHE LUXUSTRAUM EINER ROLEX-UHR UND EINES PORSCHES IST LÄNGST ÜBERHOLT.“

Alexander Klingbeil vermarktet europaweit über seine Agentur Zielsatz seit 2009 ausgewählte Individuelluxusprodukte, ein Markt der sich weltweit hoher Zuwächse erfreut. Die Agentur unterstützt hierbei in der strategischen Markteinführung mit allen Dienstleistungen in den Bereichen PR, Marketing und Sales. Seit 2013 ist die Agentur auch als Distributor tätig. ■



Links

www.wiesmann-alps.com

www.manufacture-royale.com

www.zielsatz.de

Der Trend **VINTAGE LOVE** entstand in Kooperation von Andrea Kehl und Horst Kirchberger. Er ist eine Hommage an die 60er- und 70er-Jahre. Musik-Ikone Lana del Rey verkörpert diesen neuen Stil mondän und mit Sexappeal.

(K)EINE UNTER VIELEN

„Wer glaubt, schon die berühmte Nadel im Heuhaufen sei schwer zu finden, hat noch keinen guten Friseur gesucht.“

In unserem Land gibt es über 80.000 Friseure. Nun könnte man denken, hier findet sich für jeden der passende. Doch dem ist nicht so. Ganz im Gegenteil. Während immer mehr Anfänger und Discounter auf den Markt drängen, sucht man Salons mit Fachwissen und Sensibilität ganz oft vergebens.

Das Gros ist uniform. Und es verwundert längst nicht mehr so recht, wenn man von Prominenten oder Freunden hört, die dafür sehr weit reisen. Doch gibt es Ausnahmen. Manchmal sogar näher, als man glaubt.

In Bogenhausen, einem der renommiertesten Viertel Münchens, zwischen Feinkost Käfer und dem bekannten Visagisten Horst Kirchberger, gleich neben BARNERT'S MAGAZINE, bietet der Friseursalon ANDREA KEHL dem Gewöhnlichen Paroli. Schon von Anfang an: Blickt man durch die Fensterscheiben, erwartet man da eher einen Interior-Designer. Betritt man den Salon, glaubt man sich im Paris vergangener Tage. Und so beginnt die Philosophie von Frau Kehl.

„Meine Kunden sollen sich nicht nur wohl fühlen, sondern geborgen, wie in einem Kokon, in den sie für ein paar Stunden Auszeit schlüpfen. Sie sollen sich in eine andere Welt versetzen, sich auf das ICH fokussieren. Nur so findet man zu sich selbst. Und seinem Ideal.“

Das war es auch, was ANDREA KEHL bei der Gestaltung ihres Salons antrieb. Es

sollte der schönste Friseursalon Münchens werden, doch nicht wie ein gewöhnlicher aussehen. Mit beispiellosem Erfolg umgesetzt hat diesen Wunsch Architekt Christoph Schwarz (wir berichteten).

„Haare sind voller Emotionen, leben von Inspiration und lieben Ideen.“

Andrea Kehl ist seit 25 Jahren im Friseurbusiness tätig. Sie kennt die Wünsche der Besucher, die nicht zwangsläufig bei den Haaren beginnen. Sich letztendlich aber dort wiederfinden. Als Mitglied der Leading Salons of the World/LSW setzt Andrea Kehl auch hier deutliche Akzente.

Tatsächlich ist es zuletzt nicht das erkaufte Outfit, das zählt. Handtasche, Automobil, Make-up – alles tagesformabhängig.

Es ist die Frisur, die Leute macht. Sie ist der einzige Bestandteil unseres Körpers, der sich augenblicklich formen und designen lässt. Sie ist immer präsent. Spiegelbild der Seele oder zumindest ihrer Wünsche. Genau das macht es so schwer für den gemeinen Friseur. Und so einfach für ANDREA KEHL. Denn sie hört zu. Sie sieht mehr. Sie bringt das Innen nach außen.

„Schönheit kommt von innen und bei uns auch von außen!“

ANDREA KEHL ist keine unter vielen. Sie ist die Ausnahme. Eine Perle. Die Nadel im Heuhaufen.



Andrea Kehl
Schumannstraße 3
81679 München

Tel.+49 89 4120 0341

friseure@andreakehl.de
www.andreakehl.de

LA CUCINA. TRATTORIA



Klassische italienische Küche kombiniert mit modernen Einflüssen, eine sich stets wandelnde Tageskarte, saisonal ausgerichtete, exzellente Gerichte „alla mamma“ und hervorragende Weine aus unserem eigenen Weinkeller – im LA CUCINA im Herzen Bogenhausens treffen sich italienische Leichtigkeit und kulinarische Klasse.

Ob im reduziert stylischen Restaurant mit 90 Plätzen oder unter weißen Segeln auf der Außenterrasse für 90 Personen: Im LA CUCINA hat Nicola Nubile, seit über 20 Jahren eine Institution in der Münchner Restaurantszene, ein traumhaftes Stück südländischer Lebensart geschaffen. Ein Dinner zu zweit, einen langen Abend mit Freunden oder Veranstaltungen und private Feiern?

Seien Sie unser Gast, wir freuen uns auf Sie!

La Cucina, Neherstraße 9, München - Tel.: 089/471983



Valentino

Die Legende Valentino Garavani:
50 Jahre Haute Couture

Die Gin-Gin-Strategie

Gin und Vodka oder: Leben und leben lassen.

Der Erleuchter

KULTUR

VALENTINO

MASTER OF COUTURE



Die Legende Valentino Garavani

50 Jahre Haute Couture

Modeschöpfer-Legende Valentino Garavani feierte 50 Jahre Haute Couture mit der wohl schönsten Ausstellung des Winters: „Valentino – Master of Couture“. Sie haben es verpasst? Kein Problem: BARNERT'S MAGAZINE berichtet!

Valentino Garavani, 1932 in Norditalien geboren, sagte schon oft „finito“ – doch so ganz aus der Hand legte er die Nadel nicht. Vor genau 50 Jahren präsentierte Valentino seine allererste Modenschau im Palazzo Pitti in Florenz, der ehemaligen Modehauptstadt Italiens. Heute blickt der Modemeister auf eine beeindruckende Karriere zurück. Film-

Ikonen, Prinzessinnen und First Ladys trugen und tragen seine Werke mit Stolz.

Nun feierte eine aufwendig inszenierte Ausstellung das Leben und Werk des außergewöhnlichen Designers. Valentino steht für höchste Eleganz und eine extravagante Wahl der Materialien. Anregungen zu seiner modischen Stilsprache und seinem Design holte er sich aus Werken der bildenden Kunst. So ist es nicht verwunderlich, dass als Schauplatz der Jubiläumsausstellung das berühmte Londoner Somerset House gewählt wurde; berühmt für wichtige Gemäldesammlungen

alter Meister und Impressionisten. So konnte man in bester Nachbarschaft der Werke von Rubens und Monet über 130 handgearbeitete Haute-Couture-Kleider bestaunen.

Unter der Führung von Kinmonth Monfreda hat das Somerset House Team die Ausstellung in drei Teile konzipiert. Der erste Raum zeigte faszinierende Einblicke in Valentinos Welt. Fotografien und Gegenstände aus seinem persönlichen Archiv, Momentaufnahmen des Modemachers und die kunstvollen Einladungen zu den Couture-Défilés boten ein recht intimes Porträt.

Da Valentino vor allem für seine roten Traumkleider berühmt wurde, deren Farbton seit Jahrzehnten liebevoll in der Modewelt als „Valentino red“ bekannt ist, das Frauen auf der ganzen Welt betört, war es weniger verwunderlich, dass das Herzstück der Ausstellung „The Catwalk“ bildete: Im zweiten Teil wurden Besucher in die Rolle eines Mannequins versetzt und auf einem rund 60 Meter langen roten Teppich an den schönsten Couture-Kreationen des Designers vorbeigeführt.

Unter den Exponaten befand sich neben Roben, die einst für Audrey Hepburn, Grace Kelly und Sophia Loren geschneidert wurden,

auch Jackie Kennedy Onassis' Hochzeitskleid aus der „White“-Collection von 1968 und das schwarz-weiße Vintage-Kleid, in dem Julia Roberts 2001 ihren Oscar entgegennahm. Besonders imposant und ein absolutes Highlight der Ausstellung: Das Brautkleid von Kronprinzessin Marie-Chantal von Griechenland, das aus zehn verschiedenen Arten von Spitze besteht und eine viereinhalb Meter lange Schleppe ziert.

„Jedes der Kleider hat eine wunderbare Geschichte“, so Valentino Garavani. „Sie werden in sorgfältigster Handarbeit im Atelier aufgrund ihrer unglaublich aufwendigen Details Stunden, oft sogar

tagelang, gefertigt.“ So gewährte der dritte Teil der Ausstellung in speziell angefertigten Filmen einen Blick hinter die Kulissen.

Unser Fazit: Die Ausstellung war eine fantastische Reise in die geheimnisvolle Welt der italienischen Mode. Valentino ist einer der letzten großen Couturiers des 20. Jahrhunderts. Mit seiner Leidenschaft schuf er eine internationale Marke, die zum Synonym für Eleganz, Weiblichkeit und Raffinesse wurde. ■

**„JEDES DER KLEIDER HAT
EINE WUNDERBARE
GESCHICHTE.“**



Lust auf mehr?

BARNERT'S MAGAZINE verlost das Werk des italienischen Modeschöpfers

„Valentino Master of Couture: A Private View“

Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Stichwort „Valentino“ an redaktion@barnerts-magazine.de.

Einsendeschluss ist der 15. April 2013.



Die Gin-Gin-Strategie

Gin und Vodka oder: Leben und leben lassen.

Wenn heute über angesagte Spirituosen der Barkultur diskutiert wird, fällt ein Wort sehr schnell: Gin – Hauptbestandteil der klassischen Barkultur, auf die wir uns zum Glück erneut besinnen.

Eine Bar, die etwas auf sich hält, setzt nicht nur auf Vodka. Denn Vodka wehrt sich nicht. Mit ihm kann man nichts falsch machen. Dabei ist gerade das slawische Destillat dafür verantwortlich, dass der Gin, schon im 17. Jahrhundert erstmals in Mode, bis vor ein paar Jahren fast gänzlich verdrängt wurde.

Gin stammt ursprünglich aus Holland und heißt Jenever (niederländ. Wacholder). Durch die unzureichende Destillationstechnik des 15. Jahrhunderts wurde dem Schnaps Wacholder, teilweise auch Kümmel, Anis und Koriander hinzugefügt. Das Verfahren wurde perfektioniert, die Zutaten zur Tradition. Ganz so wie der Reis beim Sushi (wir berichteten). Englische Soldaten nahmen ihn im 17. Jahrhundert mit nach Hause. Und weil sie seinen Namen weder nüchtern noch betrunken aussprechen konnten, erhielt er seine bis heute gültige Kurzform.

Die Produktion überholte sehr schnell das Bier, sogar um das Sechsfache. Und er blieb in der Armee. Die britischen Kolonien nutzten ihn, um die bittere Malaria-Medizin Chinin einzunehmen. Ebenso wie die tägliche Ration Zitronensaft. Der Vitamine

wegen. Die Legende „Gin Fizz“ und „Gin and Tonic“ war geboren.

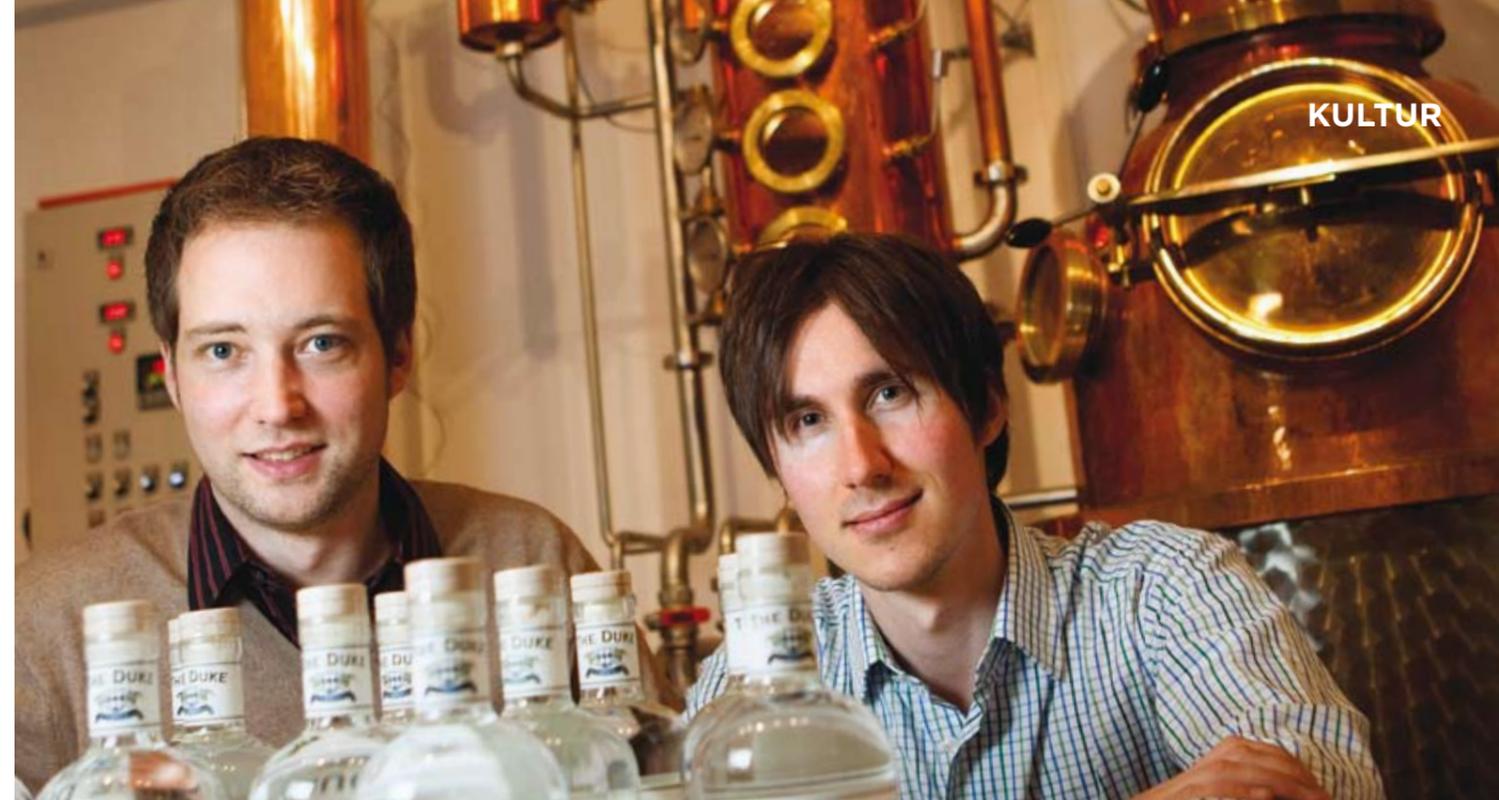
Bis in die zwanziger Jahre erlebte Gin seine Blütezeit. Gimlet (Gin und Cordial Lime Juice), Negroni (Gin, süßer Wermut, Bitter) und Martini (Gin, Wermut), König unter den Cocktails, fanden dort Sternstunden.

Doch dann kam der Vodka.

Smirnoff, 1934 verkauft und fortan in den USA produziert, konterte mit „Moscow Mule“ (Vodka, Limettensaft, Ginger Beer), um sich in der breiten Masse zu etablieren. Das Rezept war einfach: Geschmacklos und stark mischte er sich fortan fast unsichtbar unter Volk. In bunten, süßen Limonaden machte er vor allem eins: betrunken.

Abgerundet von cleveren Hollywood-Werbefeldzüge war er fortan in aller Munde. Nach Zsa Zsa Gabor folgte zuletzt sogar James Bond, der seinen ersten Martini 1962 trank. Gerührt, nicht geschüttelt. Und gänzlich ohne Gin. In dem, bei allem Respekt, sehr bezeichnenden Film mit Namen „Dr. No“.

Heute trinken Menschen in gehobenen Bars wieder klassische Cocktails, gemixt aus erlesenen Zutaten: Kleiner, konzentrierter im Geschmack, schwerer auf der Zunge und vor allem eins: Genießend. Gin soll einzigartig schmecken, mit so vielen Aromen wie möglich.



„Vodka ist für den Wirkungstrinker, Gin für den Bildungstrinker“, sagt Hamburgs Le-Lion-Betreiber Jörg Meyer.

Die Gin-Renaissance ist noch jung – noch vor fünf Jahren bestellte man höchstens „Gin and Tonic“. Niemand wäre auf die Idee gekommen, die Sorten selbst zu bestimmen, die Bezeichnung in Bestandteile zu trennen. Heute ist das anders. War das „Schuhmann’s“ Ende der Achtziger noch mit fünf Gin-Sorten gut bestückt, sind es heute über 20. Das Le Lion in Hamburg geht da noch weiter: fast die Hälfte der Drinks basieren darauf, rund 80 verschiedene Gins stehen in der Hamburger Bar zur Auswahl.

Zwei junge Münchner erkannten vor eben diesen fünf Jahren das Geheimnis Gin und gründeten eine Destille. Entstaubten seine gesellschaftliche Stellung und hoben ihn damit zurück ins Leben.

Leidenschaft und Hingabe waren der Grundstoff, welcher die beiden Historiker Daniel Schönecker und Maximilian Schauerte zum geliebten Wacholder-Destillat heranführte: „Auf der vergeblichen Suche nach gutem Gin beschlossen wir letztendlich, ihn selbst zu brennen“.

Nach einem ganzen Jahr Entwicklungszeit entstand in der Maxvorstadt also der erste Gin „The Duke“. Benannt nach Herzog Heinrich dem Löwen, dem Stadtgründer Münchens. „Ein edles Produkt fängt mit der Auswahl

seiner Zutaten an“, so Maximilian Schauerte. „Wir beziehen unsere Kräuter und Gewürze aus rein biologischem Anbau, die Wacholderbeeren sind unbehandelt. Hinzu kommen Koriander, Zitronenschalen, Angelikawurzel, Lavendelblüten, Ingwerwurzel, Orangenblüten, Kubebenpfeffer und weitere Rohstoffe (im Fachjargon „Drogen“ genannt), so dass insgesamt 13 ausgesuchte Kräuter und Gewürze diesen Gin so typisch machen. Als Abrundung und für den genuin bayerischen Einschlag sorgen Hopfenblüten und Malz.“

Nach einer erneuten Destillation wird er mit Wasser auf Trinkstärke gebracht; mindestens muss der Gin 37,5 % Alkohol enthalten, The Duke schafft es auf 45 %. Und es verwundert nicht, dass „The Duke“ in die besten Bars der Welt gefunden hat. Auch die feinsten Geschäfte führen ihn. Käfer, Manufactum und KaDeWe. Er ist ein Premium-Gin und zumindest hier in Deutschland hauptverantwortlich für den exklusiven Trend.

Leben und leben lassen ...

Doch anders als Vodka hat es Gin nicht nötig, zu verdrängen. Und so ist es auch nicht weiter verwunderlich, dass die The-Duke-Macher nun auch auf Vodka setzen. Warum, erklären sie im BARNERT'S-MAGAZINE-Interview.



Warum ein Münchner Vodka?

Maximilian Schauerte: Grundsätzlich lag es nahe, sich daran zu versuchen, war der Vodka doch schlicht die konsequente Weiterentwicklung im klaren Segment. Nur galt es, sich nicht in die Reihe jener zu stellen, die den Vodka (seinen eingesetzten Rohstoffen entfremdet) als reinen, klaren und vor allem neutralen Ethylalkohol dargestellt haben. Davon gab es einfach schon viel zu viele auf dem Markt. Wir haben uns daher erlaubt, in der Produktion einen Schritt zurückzugehen. Weniger Destillation und eine nur auf Reinheit ausgerichtete Filtration haben dem eingesetzten Rohstoff Getreide viel von seiner ursprünglichen geschmacklichen Note erhalten. Natürlich bleibt auch der LION'S Vodka in einem subtilen geschmacklichen Spektrum, er ist schließlich ein Vodka. Die vier ausgesuchten Getreidearten Weizen, Roggen, Gerste und Dinkel kommen jedoch deutlich zum Tragen. Sie geben ihm eine feine fruchtige Note, die sehr lange geschmacklich vorhält. Der dadurch gewonnene distinkte Charakter lässt den LION'S Vodka auch in gemischter Form in einem Cocktail deutlich erkennbar hervortreten.

„THE DUKE Gin“ und der „LION'S Vodka“ sind mit vielen lokalen Merkmalen versehen, obwohl beide gemeinhin nicht mit Deutschland/Bayern in Verbindung gebracht werden. Woher kam diese Idee?

Daniel Schönecker: Kenner wissen, dass der Gin einen kontinentalen Ursprung hat. Vodka hingegen gleicht einem mit

wenig Aromastoffen versehenen Korn- oder Kartoffelbrand. Es ist im Grunde also überhaupt nicht befremdlich. Wir schreiben die Geschichte einfach weiter. Da wir nun aber unseren THE DUKE Gin und den LION'S Vodka in Deutschland/Bayern herstellen, wollten wir ihm dann auch gleich eine klar erkennbare, regionale Handschrift verpassen, ohne dabei provinziell zu wirken.

Unsere Mitbewerber sind vor allem im internationalen Bereich. Unsere Produkte werden nicht in einem anonymen, industriellen Betrieb hergestellt. Die Manufaktur ist greifbar nah, sie ist überschaubar in ihrer Größe und durch die Möglichkeit einer Führung können die Herstellungsprozesse mit eigenen Augen nachvollzogen werden. Neben der Güteklasse der Rohstoffe, der ausgefeilten Geschmacksrichtung und einer ansprechenden Flasche stellt die lokale Zuordnung ein weiteres Qualitätskriterium dar.

Welche Rolle spielen die Rohstoffe?

Maximilian Schauerte: Die Wacholderbeere sollte bei einem Gin klar erkennbar im Vordergrund stehen, ansonsten geht es in Richtung eines aromatisierten Vodkas. Die übrigen Drogen haben hauptsächlich die Funktion, den Geschmack feiner und komplexer zu machen. Die Zitronenschale bringt z.B. einen frischen Ton ins Bouquet, ohne aber zu dominant zu werden. Klassiker wie Koriander, Zimt und Angelikawurzel lassen sich auch in anderen Gins finden. Eher speziell sind dagegen



unsere floralen Kandidaten Orangenblüten und Lavendel. Für einen leicht prickelnden Abgang sorgen unsere pfeffrigen Kandidaten Ingwerwurzel und Kubebenpfeffer. Und sicherlich nirgends sonst zu finden sind unsere beiden regionalen Komponenten Hopfen und Malz. Besonders das Malz gibt dem Gin einen wunderbar weichen Geschmack, damit er auch bei 45 % nicht kratzig daherkommt.

So überschaubar die Anzahl der eingesetzten Rohstoffe bei einem Vodka auch sein mögen, umso wichtiger ist dabei aber auch die Qualität. Insbesondere dann, wenn die Aromen, wie im Fall des LION'S Vodkas, auch wirklich zum Sprechen kommen. Weizen, Roggen, Gerste und Dinkel kommen allesamt aus der Region und sind aus rein biologischem Anbau.

Warum Bio?

Maximilian Schauerte: Die THE-DUKE-Destillerie ist ein biozertifizierter Betrieb. Nur unbehandelte, naturbelassene Zutaten aus biologischem Anbau finden den Weg in unseren Gin. Gelegentlich

hören wir schon mal die Skepsis, ob Bio denn wirklich Sinn macht bei einer destillierten Spirituose. Und Bio begegnet einem beileibe zu häufig im ideologischen Gewand. Das war nicht unser Ansatz.

Wer einmal den Geschmack unbehandelter Wacholderbeeren verkostet hat, wird den gewaltigen qualitativen Unterschied sofort bemerken. Und das setzt sich auch bei der Weiterverarbeitung, also der Mazeration und Destillation zuverlässig fort. Grundsätzlich gilt: Ein Produkt ist immer nur so viel wert, wie die Summe seiner eingesetzten Drogen. Dem Grundsatz folgend sind alle bei uns eingesetzten Zutaten rein biologischen Ursprungs.

Auf den Flaschen finden sich verschiedene Zitate berühmter Menschen.

Welches passt am besten an das Ende dieses

Interviews?
Maximilian

Schauerte: „Als ich von den schlimmen Folgen des Trinkens las, gab ich sofort das Lesen auf.“ (Henny Youngman, geb. 1906, amerikanischer Schauspieler).

Herzlichen Dank! ■



www.theduke-gin.de

www.lions-vodka.de



PH 5 - Hängeleuchte
(1925)



die berühmte **Artischocke**
(1958)

Tischkunstwerk - **PH 4**
(1927)



der erleuchter

Der dänische Designer Poul Henningsen (1894-1967) hat im Grunde genommen nur ein Produkt geschaffen, das aber in unendlich vielen Variationen! Ab 1920 fertigte Henningsen, da er das pure elektrische Licht als ungemütlich empfand, Tischleuchten bestehend aus mehreren Lampenschirmen, die aus opakem Glas und brechenden Lamellen gefertigt wurden und kein grelles, sondern ein warmes und weiches Licht ausstrahlten. Es entstand eine ganze Serie von Tisch- und Hängeleuchten, die von der dänischen Firma Louis Poul hergestellt und mit großem Erfolg in die ganze Welt verkauft wurden. Dabei empfand sich Henningsen, der sein Studium der Architektur nach sechs Jahren abgebrochen hatte, nur teilweise als Designer, mindestens ebenso als Kunstkritiker und Satiriker. So kommentierte er einst selbstironisch seinen Erfolg:

„*Eigentlich sind es keine Lampen, sondern ja nur ein paar Schüsseln und Teller übereinander!*“ ■



Die Legende lebt

Hier wird nicht gemixt...
Hier wird kreiert

Continental Breakfast

Frische Luft macht Appetit: Der Bentley
Continental GT Convertible

Der Transporter

TSC: The Service Company

Dem Himmel so nah

Weinromantikhotel:
Boutique-Hotel des Jahres 2011

Italien

La dolce vita und vor allem Essen

Gadgets

... Gerät mit bisher so nicht bekannter
Funktionalität und/oder Design

New York

Ein Tag New York aus Sicht eines
Insiders

Kim Sang

Panasia Cuisine

Verwöhnzimmer

Wo Standard-Einrichtung endet,
beginnt die Welt der Annette Frank

BARNERT'S Löffel-Liste

All die Dinge, die man im Leben nicht
verpassen sollte

LEBENSART

DIE LEGENDE LEBT

„Das wirklich Merkwürdige an der Zukunft ist wohl die Vorstellung, dass man unsere Zeit einmal die gute alte Zeit nennen wird.“

Ernest Hemingway

Kennen Sie das? Erstaunlich viele Bars beanspruchen heute gern das Attribut „legendär“. Es gilt als chic, wer am selben Tresen lehnt wie einst Traumfrauen und berühmte Kerle. Ob die im privaten Leben Geschmack hatten, sei einmal dahingestellt.

Ausgezeichnete Bars von damals haben neben dem Haken unter der Theke noch einen viel größeren dahinter: Sofern sich die damaligen Barchefs nicht selbst in Alkohol konserviert haben, sind es heute schlicht und ergreifend irgendwelche Nachfolger, die sich mit eben diesen fremden, alten Lorbeeren schmücken.

Hemingways Lieblingsbar in Venedig zum Beispiel präsentiert den dort erfundenen Bellini längst schon nicht mehr so wie vor knapp 80 Jahren kreiert. Dafür täglich Hektoliter. Zu astronomischen Preisen. Cin cin!

Eine gewisse, noch immer als Institution geltende, GI-Bar in Saigon hat außer eindeutiger Angebote geschäftstüchtiger „Damen“ rein gar nichts mehr zu bieten. Und moderne Legenden in Übersee sind oft nur noch laut und schnell.

Ich war in vielen Bars der ganzen Welt. Beruflich verabredet oder davor flüchtend, zufällig oder von Reiseführern befohlen. Und immer wieder erstaunt über den Fauxpas sogenannter Größen. Eine heiß empfohlene Bar in Frankfurt beispielsweise, direkt am Mainufer, musste passen, weil Würfelzucker für den klassischen Champagner-Cocktail fehlte. Kann passieren. Nur wurde eben im Anschluss eine Alternative empfohlen, die rein keine Ähnlichkeit mit der ausgebliebenen Bestellung besaß. Eine andere hoch

... zu den
„besten Bars
der Welt“
gewählt ...

angesehene Bar
im Dresdner
Taschenbergpalais
verkaufte mir
Underberg als
Angostura.
Nein, nicht die
Aushilfsbedienung.

Der Barchef selbst, der wiederholt beteuerte, es wäre das Original.

Kurzum: Viele berühmte Bars hängen sich an vergangenen Ruhm. Die Wirte von heute sind oft längst nicht mehr selbst am Steuer. Sondern nur noch Trittbrettfahrer legendärer Automobile.



© Arnd Veuskens/bigshrimp



© Arnd Veuskens/bigshrimp

Doch gibt es auch Theken, die sich durch Gegenwart behaupten. Bars, die gerade aus diesem Grund entstanden sind und uns eine neue Artenvielfalt zeigen. Nicht selten auch für eine natürliche Auslese sorgen. Wie ein Löwe in der Serengeti.

Zugegeben, der Vergleich ist ein wenig schwierig. Hinken tut er aber nicht. Denn einer dieser Löwen ist jung und strotzt vor Kraft. Im Herzen von Hamburg, und doch recht gut versteckt, zeigt er Präsenz. Wie Löwen eben sind ...

„Le Lion, Bar de Paris“, erst Ende 2007 gegründet, war gleich von Anfang an erwachsen. So wie das bronzene Sinnbild, das mit stolzer Brust hinter dem Tresen steht.

Kurze Zeit später bereits zu den „besten Bars der Welt“ gewählt, durfte sich sogleich auch die hauseigene Crew um Rudelführer Jörg Meyer „Barteam des Jahres“ nennen.

Und spätestens seit der hauseigenen Erfindung des um die Welt gegangenen „Gin Basil Smash“ kann man mit Fug und Recht behaupten, dass diese Bar eine Legende ist, die lebendiger nicht sein kann.

Hier wird nicht gemixt, was das Zeug hält. Hier wird kreiert. Hier ist viel Liebe im Handwerk, selbst bei einem einfachen Gin

Hier wird nicht gemixt ... Hier wird kreiert

Tonic. Stundenlang kann man dort sitzen und mit der Meute über Spirituosen palavern; nein, schon fast philosophieren. Und es ist eine Freude, das mit Leib und Seele hinter Theke und jedem Drink stehende Team zu beobachten.

Kein Trittbrettfahren. Diese Bar ist wie ein komplett restaurierter Bentley aus vergangenen Tagen.

Jederzeit startklar für eine neue alte Rallye. Aber das ist eine andere Geschichte. ■

Aperitif Bentley

Zitronenschale in je 4 cl Calvados und Dubonnet.

Erfunden ca. 1920.





CONTINENTAL BREAKFAST



Frische Luft macht Appetit:
Der Bentley Continental GT Convertible

Mein Name? Tut nichts zur Sache. Nein, ich heiße nicht „Bond“. Obwohl der auch gerne unauffällig bleibt, schon aus beruflichen Gründen. Und natürlich Bentley fährt. Zumindest in den Originalromanen.

Bleiben wir doch gleich bei Originalen: Ich bin schon viele Automarken gefahren.

Auch hochpreisige. Und bekam dabei fast immer denselben Widerspruch zu spüren: Je exklusiver der Wagen, desto auffälliger war man unterwegs. Desto mehr Konfrontationen entstanden, egal ob gegenüber Neidern oder Bewunderern. Man möge mir verzeihen: Beide Parteien nervten in Vergangenheit mitunter sehr.

Man muss es schon mögen, in lauten, bunten Supersportwagen unterwegs zu sein. Halbstarke Herausforderungen an Ampeln, mutwillige Behinderungen auf Autobahnen. Verfolgende „Car Spotter“ in der Stadt, prinzipielle Grenzkontrollen jenseits der EU. Und ständig wiederkehrende Fragen nach Leistung und Preis.

Teuer erkaufte Probleme also. Paradoxie par excellence. Einmal abgesehen von den dann doch angenehmen Blicken weiblicher Verkehrsteilnehmer.

Wie auch immer: Für mich zählt nur noch eine Ausnahme auf dem Automarkt. Eine, die trotz der hohen Wertigkeit, trotz des vollendeten Designs und einzigartigen Sounds von alldem unbehelligt bleibt: Der Bentley Continental, den ich somit

wärmstens empfehle. Und weil es davon vier verschiedene Modelle gibt, auch gleich den schönsten: GT Convertible, kurz GTC.

Zugegeben, auf dem deutschen Markt ist Bentley nicht besonders etabliert. Positiv

Geschlossen ist die GTC-Silhouette schon fast erotisch.

darüber hinaus noch den „GTC“ besitzt, darf sogar in dem Bewusstsein leben, eines der exklusivsten Cabrios zu fahren, die es überhaupt gibt. Bei rund 200.000 € aber auch kein Wunder.

formuliert bedeutet das aber auch, dass die jährlich 200 verkauften Modelle für eine gewisse Exklusivität auf unseren Straßen sorgen. Wer


**Bentley Continental GT
Convertible**

Motor
W 12 Zylinder
Abgasturbolader
Allradantrieb

Leistung
630 PS (463 kW)
bei 6000 U/min
800 Nm bei 2000 U/min

Leergewicht
2395 kg

0-100 km/h
4.2 Sek

Höchstgeschwindigkeit
325 km/h

Doch fangen wir mit den inneren Werten an. Wie eine Schatztruhe begeistern hier hochflorige Teppiche, detailverliebte Holzverkleidungen, kräftige Nähte und das A-Grade-Leder. Es ist besonders dieser charakteristische Duft, der mich hier täglich neu begeistert. Und einen schon fast davon abhält, das Valmet-Dach überhaupt öffnen zu wollen.

Dank seinem dreilagigen Aufbau ist dieser Mehrwert so untypisch windstill und solide, dass man ihn manchmal sogar komplett vergisst. Trotz augenscheinlichem Gegenpol zum massigen Körper.

Und ganz im Vertrauen: Geschlossen ist die GTC-Silhouette schon fast erotisch.

Schrieb ich Dach? Himmel, nein – ich korrigiere: In weniger als einer halben Minute faltet sich über staunenden Köpfen ein wahrer „Baldachin“ kunstvoll zusammen. Sogar bis Tempo 30. Sollte die Ampelphase einmal nicht reichen. Wenn es nicht regnet, ist im GTC immer gutes Wetter. Die intelligente Klimaanlage funktioniert dann im erweiterten Modus, Sitzlüftung und Nackenfön vermitteln selbst an kühlen Tagen das Gefühl einer warmen Sommerbrise. Ohne Probleme bis Tempo 200. Oder mehr.

Absolut schafft es der aufgeladene W12 sogar bis 318 km/h. 567 PS und über 700 Nm

garantieren dabei genau die Dramatik, die man von einem Bentley erwartet. Wenn auch nicht unbedingt gefühlt: Zu massig ist der Wagen, der selbst bei Höchstgeschwindigkeit „wie auf Schienen“ läuft – die bei Kennern meist verwendete Metapher.

Zweieinhalb Tonnen wuchten so in deutlich unter 5 Sekunden auf 100 km/h. Mit der 40:60-Achsverteilung sogar sehr ausgewogen. Selbst in kurvenreichen Strecken spürt man das Gesamtgewicht kaum. Und beim Tritt auf das Pedal werden Landschaften schnell zum Suchlauf.

Der wahlweise erhältliche, neue V8 steht dem nur wenig nach, bei zeitgemäßen Werten. Ein kleines Eingeständnis zum Thema „Original“. Von mir aus!

Wahrscheinlich ist es eben gerade das Gewicht, das so charmant Solidität vermittelt. Unterbewusst wird es als Beständigkeit abgespeichert. Das spürt auch das Umfeld. Und macht ehrfürchtig Platz. Auf der Autobahn. Und in der Stadt.

Dennoch bleibt man meist unberührt. Geschlossen wie offen. Niemand ahnt, woher man kommt, wohin man fährt. Denn ein gutes Frühstück kann der Beginn eines schweren Arbeitstages sein, aber auch das Ende einer wunderschönen Nacht. ■



DER TRANSPORTER

The Transporter, Taxi, The Italian Job: Filme, in denen gute Fahrer ihr Können zeigen, gibt es viele. Ins wahre Leben übertragen bleiben die meisten aber schnell auf der Strecke.

Und das sogar im wahrsten Sinn des Wortes: brummige (Taxi-)Fahrer mit subjektivem Orientierungssinn und unprofessioneller Fahrweise kennen wir alle nur zu gut.

Doch es gibt Ausnahmen. Man muss nur wissen wo. Eine davon scheint gut versteckt: Kennen Sie die Käfer-Parkgarage; direkt unter BARNERT'S MAGAZINE? Genau dort, in der Erde von München Bogenhausen, wird Service noch sehr groß geschrieben. Kurz und bündig. Genauer gesagt, in drei Buchstaben: TSC. „The Service Company“ bietet hier großzügige Dienstleistungen an, die man sonst lange suchen muss. Valet Parking, Fahrerdienste aller Art und sogar die komplette Wagenreinigung während der Parkzeit. Und mehr noch: TSC wäscht nicht nur. Das Team um Inhaber David Frisch pflegt mit viel Know-how und Sorgfalt. Selbst wenn

TSC:
THE
SERVICE
COMPANY

das nur ein kleiner Teil der Palette ist.

Wie im Film erscheint der Limousinen-Service. Fünf bestens geschulte Chauffeure lenken dabei Fahrzeuge, die mit höchstem Komfort ausgestattet sind und stets stilsicher auftreten. Zum Businessstermin wie zur Premiere.

TSC arbeitet eng mit der BMW-Niederlassung München zusammen, die den Limousinen-Service während des Oktoberfestes auch zusätzlich mit weiteren Fahrzeugen unterstützt. Wer hier zum Beispiel direkt vor dem Bierzelt-Eingang abgeholt

wird, fühlt sich wie in der Hauptrolle eines modernen Heimatfilmes. Und wer mehr auf Action steht, wird bei TSC genauso glücklich: Seit 2012 sind sie ganz exklusiv Parkplatzbetreiber des P1-Clubs. Bieten dort dieselben Dienstleistungen an wie im Käfer-Stammhaus. Und wenn es der Fahrdienst nach Hause ist. Mit dem eigenen Wagen. ■

Frisch GmbH

Hotline:
0800-7798888

www.frisch-tsc.com

DEM HIMMEL SO NAH

„Lieben Sie Wein? Dann kennen Sie die Mosel, zumindest vom Geschmack. Was der dabei nicht immer verrät, ist die Geschichte dahinter.“

Nehmen wir zum Beispiel den Riesling; Bestseller der Region. Klar sorgt die komplexe Note für den imaginären Streifzug durch die Mosel. Doch wer erkennt da gleich das ganze Vermächtnis Deutschlands ältester Weinregion? Hier kultivierten schon die Kelten und Römer ihre Rebstöcke.

Kaum eine andere Gegend besitzt so viele Weinhänge, die so steil in den Himmel ragen. Hier bekommen Reben die meiste Sonne. Dort kann der Winzer oft nur zu Fuß und sorgfältig per Hand arbeiten, statt mit Maschinen und in Masse.

Nur hier sorgt das Zusammenspiel für eben das einzigartige Mikroklima: der reflektierende Schiefer mit seinen reichen Mineralien, das Wasser der Mosel und der berühmte „Äquatoreffekt“ durch die bis zu 70%ige Steillage. So manche Tier- und Pflanzenarten

gibt es sonst nur viel weiter südlich.

Sind Sie Romantiker? Dann sind Sie hier richtig. Denn die Mosel hat noch mehr zu bieten. Abgesehen von Rivanern und Burgundern und all den eleganten, aromatischen und selbstbewussten Weinen der Region. Es ist die Romantik von Landschaft und Architektur, die begeistert. Tief verwurzelt

in die Geschichte flüstert das überall von den Dächern und Hängen. Und fährt man durch die lieblichen Täler, vermutet man schon fast

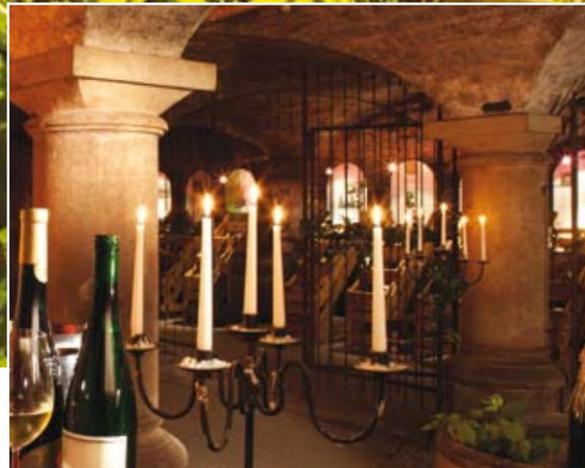
hinter jeder Kurve einen verwunschenen Ort.

Zumindest einen gibt es wirklich. Und fügt alle hier genannten Schwärmereien zu einem Wort zusammen: Weinromantikhotel: Boutique-Hotel des Jahres 2011.

Schon das geschickte Zusammenspiel aus den verschiedensten Epochen und moderner Architektur macht Besucher sprachlos. 1680

**WEINROMANTIKHOTEL:
BOUTIQUE-HOTEL
DES JAHRES 2011.**





als Weingut gegründet, definiert sich seine Vita heute über Gastfreundschaft, Genuss und Charme. Hier entdeckt man verzauberte Plätze, die ihrem Namen voll gerecht werden: „Romantikgarten“, „Alte Brennerei“, (Restaurant-Wintergarten) „Baldachin“ mit Terrasse und herrlicher Aussicht.

Die über Generationen gewachsene Erfahrung zeigt sich bei jedem Schritt durch die Anlage. Und gleich mehrfach bei jedem Gang des ausgezeichneten Gourmet-Restaurants „Culinarium R“. Einfühlsam bringen hier persönlich begleitende Sommeliers die Entfaltung verschiedenster Weine nahe. Vor und während perfekt

„IN AQUA SANITAS“

abgestimmter Köstlichkeiten.

Noch mehr erfahren Neugierige im „Forum Vinum“. International renommierte Moselwinzer präsentieren tief unter dem Hotel, in eben der berühmten Erde, über 32 Weine der

Region. Stilecht in einem großen Wein- und Säulenkeller.

Und auch die Raucher werden verwöhnt. In der Davidoff-Lounge, für Gault Millau sogar „Cigar Lounge 2012“, lässt es sich hervorragend paffen.

Die Symbiose zum Hotel ermöglicht es dem Haus, Gästen die Mosel „hautnah“

ans Herz zu legen. Sogar im wahrsten Sinn des Wortes: Im hauseigenen Beauty-Atelier erhält der Besucher per „Vinothérapie“ Weintrauben-Kerne direkt auf die Haut. Die dafür bekannten Wirkstoffe schützen und stabilisieren die Zellen. Das Verfahren gilt tatsächlich als Verjüngungskur.

„In vino veritas“ (im Wein liegt Wahrheit). Die Germanen haben bei Ratssitzungen so dem Lügen vorgebeugt. Doch das ist nur die halbe Wahrheit: Zu diesem Satz gehört „in aqua sanitas“ (im Wasser liegt Gesundheit). Und so schließt sich erneut ein Kreis im Spa des Anwesens. Mit Dampfbädern, Sauna, Eisbrunnen und Dusch-Grotte.

Kommen Sie an die Mosel. Erleben Sie das Weinromantikhotel. Privat mit den Liebsten oder zur ganz besonderen Feier und Hochzeit. Klassisch im bereits 1895 eigens dafür errichteten Jugendstil-Ballsaal. Oder verträumt im angrenzenden Elisenpark, mit seinen mehr als 100 Jahre alten Bäumen. Ob mit oder ohne weiße Tauben. Oder Schmetterlingen. Kutschfahrten mit einzelnen oder vielen (seltenen) Pferdestärken – die Möglichkeiten sind hier fast unbegrenzt.

Das macht auch beim besonderen Geschäftstermin nicht halt. Modernste Technik und ein Helikopter-Landeplatz geben diesem historischen Ort letztendlich das, was es ist: dem Himmel so nah. ■

**Weinromantikhotel
Richterhof**
Hauptstraße 81-83
54486 Mülheim / Mosel

Tel.+49 6534 9480

info@
weinromantikhotel.de
www.
weinromantikhotel.de

Italien!

Kaum ein anderes Land weckt derart bunte Bilder in unseren Köpfen. Sommer, Sonne, Farbe. La dolce vita und vor allem Essen.

Die italienische Küche ist mit Abstand die beliebteste in Deutschland. Jetzt könnte man meinen, das macht es leicht, in einem der vielen italienischen Restaurants echtes „alla mamma“, authentische Familienrezepte, zu finden. Doch das gestaltet sich mitunter schwierig. Paradoxerweise gerade wegen dieser Popularität. In einer Zeit, in der sich selbst unsere Fernsehköche als mediterrane, italienische Kenner bezeichnen, viele beim Wort Pizza erst an Tiefkühlkost denken und US-amerikanische Kochbücher „macaroni and cheese“ als klassisch amerikanisch einordnen, finden sich natürlich auch in nahezu jedem Restaurant italienische Gerichte. Zumindest Pizza und Pasta. Basta. Dabei ist die italienische Küche so vielfältig wie die eingangs erwähnten Bilder. Und verdient so vieles mehr. Selbst wenn die Pizza tatsächlich über New York City zu uns gefunden hat, selbst wenn man heute mehr Pizza in Lieferschachteln findet als auf Tellern: Richtig italienisch zu kochen und gesellschaftlich zu präsentieren, nämlich beim „Italiener“ (um die Ecke), ist und bleibt eine hohe Kunst, die, bei allem Respekt, eben nur echte Italiener können.

Was jetzt nicht heißen soll, dass alles über die bekannten Klassiker gleich verteuftelt wird. Im Gegenteil. Italiens Küche ist so frisch, gesund und vielfältig wie kaum eine andere. Es mag an den vielen mitunter

sehr verschiedenen Regionen Italiens liegen, die doch eines gemeinsam haben: Esskultur; della buona cucina.

Kaum ein anderes Restaurant in München versteht es, diese Philosophie zu verkörpern, wie das LA CUCINA. Im Stamm-Restaurant von BARNERT'S MAGAZINE im Herzen Bogenhausens trifft sich italienische Leichtigkeit mit kulinarischer Klasse. Und es sind besonders die modernen Einflüsse, die das Restaurant so authentisch machen. Wer hier verstaubte Klassiker sucht, ist fehl am Platz. Es geht um neue Melodien bekannter Noten. „Klassische italienische Küche kombiniert mit modernen Einflüssen“, das bedeutet im LA CUCINA eine sich stets wandelnde Tageskarte, saisonal ausgerichtete, exzellente Gerichte „alla mamma“ und besondere Weine aus dem eigenen Weinkeller.

Padrone Nicola Nubile selbst stammt aus der Region Basilicata, einer kleinen, sehr feinen Region zwischen Apulien und Calabrien, die nur wenige Touristen kennen. Nach seiner Ausbildung und seinen Erfahrungen in London und Paris ist es ein besonderes Glück und eine Ehre für uns, dass er 1985 in München blieb, ohne dabei seine Wurzeln zu vergessen.

Die Landeshauptstadt gilt schon lange als „nördlichste Stadt Italiens“. Im Sommer herrscht mediterranes Flair in den Straßen, südliche Heiterkeit liegt in der Luft. Wer in



stolz ist Nicola, wie könnte es für einen echten Italiener anders sein, auf Gäste wie Philip Lahm und Jérôme Boateng.

Überzeugen Sie sich selbst. Beim Dinner zu zweit, bei unvergesslichen Stunden mit Freunden, Feiern oder wie wir beim Mittagstisch. Die Gründe für einen Besuch sind so vielfältig wie Italien.

Ob im reduziert stylischen Restaurant oder unter weißen Segeln auf der Außenterrasse: Das LA CUCINA ist längst eine Institution der Münchner Restaurantszene. Ein traumhaftes Stück südländischer Lebensart.

Nur knapp 200 Kilometer sind es von der LA CUCINA TRATTORIA in Münchens Neherstraße bis zur italienischen Grenze. Aber nur draußen auf der Straße. Sitzt man bei Nicola und seinem Team, ist man schon dort.

einem der Straßencafés am Odeonsplatz sitzt, wähnt sich schon fast in Verona oder Florenz. Tatsächlich gilt der Prosecco schon fast als Nationalgetränk, Latte macchiato oder Pinot Grigio gehören hier genauso dazu wie das Bier.

Die Vielfalt von Nicolas Küche kennt nur eine Grenze: die Saison. „Es muss frisch sein“, sagt er gern einmal zu viel als zu wenig. Und so unterschiedlich Italiens zwanzig Regionen sind, so verschieden ist auch die Herkunft seines 16-köpfigen Teams, die eines verbindet: die Liebe zum italienischen Essen. Das sieht man. Und das schmeckt man bei jedem der feinen Gerichte. Natürlich längst nicht nur wir. Nicht selten entdeckt man hier auch Prominenz beim Schlemmen. Besonders

LA CUCINA
Neherstraße 9
81675 München

Tel.+49 89 4719 83

info@lacucina-
trattoria.eu
**www.lacucina-
trattoria.eu**

Täglich:
11:30 - 24:00 Uhr

Design aus Leidenschaft

by Johannes Reichenberger



Wir verbinden innovative Ideen mit der Kompetenz soliden Handwerks. Aus der Kombination hochwertiger Materialien wie Fliesen, Feinsteinzeug, Leder und speziell gefertigten Möbeln erschaffen wir einzigartige Räume. Manufaktur Selected Design realisiert exklusive Einrichtungen und Interieur Design für Geschäftsräume, Praxen, Büros, Hotels oder Privaträume, Store-Design der Extraklasse sowie für den Laden- und Messebau. Alles ist darauf ausgerichtet, die hohen Ansprüchen der Kunden zu erfüllen und deren Erwartungen noch zu übertreffen.

Gadgets

Gadget bezeichnet ein technisches Werkzeug oder Gerät mit bisher so nicht bekannter

„Funktionalität und/oder Design.“ WIKIPEDIA

Eigentlich ein Babyphone, uneigentlich eine vollwertige Webcam. Wohnung, Hotelzimmer, ALLES (sogar von unterwegs) überwachen. Einfachste Installation, mit Geräusch- und Bewegungsmelder, IR-Licht, Akku und App für Smartphones. Rund 300 EUR.
www.withings.com



Für echte Kerle ... in der Küche. Der Bosch-Akkuschrauber öffnet dank Aufsatz auch reife Weine und pfeffert dabei noch das blutige Steak. Inkl. zwei Adapter rund 100 EUR.
www.bosch-do-it.de

Die streng limitierte Leica MP-9 „Edition Hermès“. 18 Megapixel und jede Menge Wertanlage. Rund 20.000 EUR oder im Set mit Objektiven, Hermès-Tasche und mehr für nur 40.000 EUR.
www.leica.de



Der fliegende Holländer „Pal-V“ ist ein serienfertiges Flug-Auto aus den Niederlanden. Mit bis zu 500 km Reichweite und bis zu 180 km/h. Erfordert 165 Meter Startbahn und mind. 20 Trainingsstunden. Rund 250.000 EUR.
www.pal-v.com



CrystalRoc veredelt Smartphones, Bügeleisen und sogar Pianos mit besten Swarovski-Steinen. Ein iPad bringt es so auf 3.000 Steine und knapp 1.000 EUR.
www.crystalroc.com



Ungewöhnlich, provokant, sozialkritisch und politisch ist die Leuchterserie „Gun“, die Philippe Starck 2005 für den italienischen Hersteller Flos entwarf. Ab gut 1.000 EUR.
www.flos.com/germany

Der personalisiert einstellbare Touch-Controller von Moen merkt sich in der Dusche Lieblingstemperatur, -strahl und Wassermenge. Rund 1.200 EUR.
www.moen.com/iodigital



Der nur handtellergroße spot CONNECT verbindet das Smartphone mit Satelliten und twittert, zwar nur „one-way“, doch auf Wunsch sogar auf Facebook und mit genauem Standort. Weltweit auch ohne Mobilfunkempfang. Rund 200 EUR zzgl. Gebühren.

www.findmespot.com





New York



Alexander Schaul
 ist Klient der
 BARNERT & COMPANY
 GmbH | Financial Planning
 und lässt sich seit 2007
 in allen Investmentfragen
 beraten. Hier berichtet er
 über seinen „perfekten“
 Tag in New York.

Blick aus dem teuersten Apartment von Brooklyn, dem Clock Tower Apartment (Wert: rund 24 Mio. US Dollar)



**Alexander Schaul
 mit Ehefrau Molly**

I like to start my day with a healthy breakfast at one of our favorite neighborhood spots, Tippy Parson. The food is simple, yet delicious, and it's a great mix of young professionals – both local and visiting foodies. I love their avocado toast, which is packed with roasted tomatoes and watercress. Add one of their fresh cocktails, and you're off to a great start.

To walk off some of the calories, and take in the morning vistas of the Hudson River, I like walking the High Line. You're far removed from the hustle and bustle of the city and it's great for people watching and tanning.

Heading north, you can check out one of the many great galleries that make up most of West Chelsea.

After art comes commerce, and we usually head back down south with stops at Comme des Garçons and Balenciaga before heading over to Jeffrey, a true New York institution. If you have time, try to check out Chelsea Market as well. There are some

great shops and restaurants packed into a historic landmark building.

All the shopping and exploring usually gets us hungry enough to stop for lunch. A fantastic French bistro with European flair is Café Cluny in the West Village. Their menu has everything from fresh salads to steak frites. A real treat!

The walking continues south through the West Village and Soho.

On the way, make sure to stop by NY shopping destinations such as Odin, Opening Ceremony and the J.Crew men's store in Tribeca called The Liquor Store. For a quick afternoon pick-me-up, make a pit stop at my favorite coffee shop La Colombe on Church Street. Hands down the best Latte in town.

Moving on, it's time to leave the island of Manhattan. One of my favorite activities is to walk over the Brooklyn Bridge in the late afternoon. You get a great view of the city and all the water activity going on around the East River, plus an unobstructed view of

Lady Liberty basking in the last rays of sunshine.

Once on the Brooklyn side, we like to head down to Brooklyn Bridge Park, which has a great lawn to rest for a few minutes.

Grab some delicious ice cream at Brooklyn Ice Cream Factory and enjoy the sunset. You can linger in Dumbo and explore some of the local shops before taking a cab to nearby Williamsburg.

Isa is what's for dinner. It's one of my favorite places in the city showcasing Taavo Somer's feel for great

American food with an Italian twist in an architecturally incredible space. To wind down the evening, we like to head up north a few blocks to Hotel Delmano where expert mixologists prepare some of the most delicious cocktails in the city.

After a long day we head back home exhausted but happy, ready to do it all over again the next day.



Biography:

Alexander Schaul - Client of BARNERT & COMPANY GmbH | Financial Planning since 2007

Alexander moved to New York from Germany over 15 years ago to pursue a career in fashion. After graduating from the prestigious Parsons The New School for Design with a degree in Design Management, he got his first taste of the fashion world at Giorgio Armani. After stints at PRADA and Dolce & Gabbana, he currently is in charge of merchandising of all men's product at ETRO boutiques in North America. He resides with his wife Molly and their cat Freya in a quaint studio loft in West Chelsea.



KIM SANG

PANASIA CUISINE



Sushi – der immer frische Schlager aus Japan erfreut sich bei uns schon seit Jahren einer Beliebtheit, die ihresgleichen sucht. Kaum einer ahnt den Ursprung, den die leckeren Reiseröllchen viel weiter südlich am Mekong River haben. Erst über China landete Sushi in Japan! Ursprünglich als Fermentierungsprozess gedacht, konservierten die Flussbewohner dort schon vor rund 2.000 Jahren Süßwasserfisch durch Reis, der übrigens – dadurch säuerlich geworden – nicht mehr verwendet wurde. Erst durch den Wegfall von Konservierung fand der Reis zum Fisch zurück. Und weil der fortan frisch zubereitet wurde, wird er bis heute mit Essig gesäuert.

Mit dieser kleinen Reise in die Vergangenheit kommen wir auch schon auf den Punkt: Sushi hat nicht nur eine einzige Geschichte, sondern einige. Denn erst in den letzten 80 Jahren entwickelte sich in Japan der Anspruch, den wir von Sushi kennen und so ungemein schätzen. Davor sahen Japaner ihre Reiseröllchen eher so, wie wir unsere Würstchen – schlicht und ergreifend als Fast Food für den Alltag. Sushi ist ein Selbstläufer. Während im Land der aufgehenden Sonne kaum jemand California Maki kennt und Sushi oft weiterhin im kurzen Laufschrift verzehren, gibt es in der übrigen Welt ein paar wenige Kenner, die damit einen großen Schritt weitergehen. Und als Slow Food neue Variationen anbieten.

So schließt sich der Kreis in München-

Bogenhausen. Unter dem Slogan „Außergewöhnlich zu sein, erfordert Mut“ arbeitet in einem kleinen, feinen Restaurant des Arabellaparks ein vietnamesisches Familien-Unternehmen, bei dem der wirklich ausgezeichnete Sushi-Koch aus Berlin stammt. Statt aus Tokio. Warum auch; siehe oben.

Kim Sang, Panasia Cuisine, bietet Sushi-Kreationen, die Sie mit Sicherheit so noch nie gesehen und probiert haben. Zumindest nicht in München. Und Eigentümer Kim hat noch viel mehr zu bieten. „Panasia“ kombiniert

„AUSSERGEWÖHNLICH ZU SEIN, ERFORDERT MUT“

hier die Gewürz- und Zubereitungs-Aspekte „Thai“,

„Chinesisch“ und „Vietnamesisch“ und adaptiert zusätzlich lokalen Geschmack und Bedingungen. Statt Industrieprodukte, fertige Essigmischungen für den Sushireis, Fischeiweiß und/oder Glutamat kommt hier ehrliche, frische Qualität auf den (Küchen-)Tisch. Und kombiniert durch atemberaubend neue Kombinationen und Präsentationen schnell und unkompliziert zum König Gast. Darüber hinaus bietet das Restaurant eine authentische vietnamesische Küche mit zum Teil unbekanntem Rezepten aus der Heimat. Und auch damit nicht genug: Es ist die lockere, familiäre Wohlfühl-Atmosphäre, die nicht nur einen hervorragenden Mittags- und Abendtisch zaubert, sondern auch spät in der Nacht (asiatische!) Cocktails bietet, die ebenfalls ihresgleichen suchen. Aber das ist eine andere Geschichte. Die Sie dann selbst entdecken können.



Kim Sang
Panasia Cuisine
Rosenkavalierplatz 15
81925 München

Tel.+49 89 9953 6996

www.kimsang.de

Mo-Fr
11:30 - 14:30 und
17:30 - 23:00 Uhr

Sa, So und Feiertage
17:30 - 23:00 Uhr



Annette Frank
Gaissacher Str. 17
81371 München

Tel. +49 89 2284 9903 0

info@annettefrank.de
www.annettefrank.de

VERWÖHNZIMMER

„Ich habe selbst so viel Freude an schönen Stoffen und Kompositionen, dass es mir ein Anliegen ist, dies auch anderen Menschen zukommen zu lassen.“

Mal ehrlich: Hat Ihnen Ihr Kinderzimmer gefallen? Hatten Sie als Pirat dort ein Schiff? Als Prinzessin so etwas wie ein Schloss? Konnten Sie dort so richtig die Zeit vergessen, auf Phantasiereise gehen? Bei allem Respekt; wahrscheinlich nicht.

Zimmer für Kinder sind selten großzügig geschnitten. Oder in guter Lage. Umso wichtiger ist es also, dass die Einrichtung stimmt. Und wir meinen jetzt nicht nur Zweckmäßigkeit. Es geht schließlich um unsere Kinder.

Wir kennen eine Frau, die helfen kann. Wo Standard-Einrichtung endet, beginnt die Welt der Annette Frank. Nicht nur mit liebevollen Möbeln, die Kinder inspirieren. Ihr Konzept ist

umfassend. In ihrer Welt warten zudem exakt abgestimmte Textilien, Tapeten, Teppiche und Accessoires darauf, entdeckt zu werden.

„Ich habe selbst so viel Freude an schönen Stoffen und Kompositionen, dass es mir ein Anliegen ist, dies auch anderen Menschen, und insbesondere Kindern, zukommen zu lassen. Aus einzelnen Geschenken, Kissen, Bettwäschen, Accessoires ist langsam die Idee einer kompletten Textilkollektion gewachsen.“

Annette Frank fand den Mut, sich selbstständig zu machen. Erst mit einem winzigen Atelier und Ladenlokal. Und nach dem ersten Erfolg und der Bestätigung die Erfüllung eines weiteren Wunsches: mit selbst entworfenen Möbeln, Lampen und so vielen weiteren Accessoires bietet sie heute ein breites

Sortiment für komplette Kinderzimmer an.

Gesamtlösungen, denn das ist wichtig: Eine Kollektion muss immer ein stimmiges Ganzes ergeben. Farben sind dabei sehr wichtig, weil Farben sehr viel Stimmung und Atmosphäre vermitteln.

Es sollte nicht zu wild durcheinander sein, sonst fühlt man sich nicht wohl, kann nicht zur Ruhe kommen. Zu eintönig soll es aber auch nicht sein, sonst fehlt die Anregung, und die Phantasie kann sich nicht entwickeln.

„Als Pädagogin bin ich überzeugt, dass die Raumatmosphäre viel zur Stimmung ihrer Bewohner beiträgt. Eine harmonische Einrichtung hat also nicht nur einen ästhetischen Aspekt, sondern durchaus auch Einfluss auf das emotionale und physische Wohlbefinden.“

Die annette frank gmbh geht noch einen Schritt weiter. Wo Industrie und Einheitslook schnell an ihre Grenzen stoßen, findet man hier außergewöhnliche Handwerksqualität, Langlebigkeit und vielseitige Nutzbarkeit.

„Wir möchten, dass Ihre Kinder in unseren Zimmern zu Seefahrern, Prinzessinnen, Blumenmädchen und Rittern werden, die Zeit



vergessen, spielen und einfach nur Kinder sein können. Sie sollen sich geborgen fühlen.“

Das Beste aber ist, dass alles von Annette Frank so fein aufeinander abgestimmt ist, dass es sehr vielfältig kombiniert werden kann. Der individuellen Gestaltung sind kaum Grenzen gesetzt.

Denn es ist auch Ihre Phantasie als Mutter und Vater und natürlich auch der Kinder, die nicht zu kurz kommen soll.

„Für diese Qualität, für das absolut eigenständige Design und einen sehr individuellen, zuverlässigen Service arbeiten meine MitarbeiterInnen und ich täglich und dafür stehe ich mit meinem Namen“, sagt Annette Frank überzeugt. Und das sieht man. Vor allem am Strahlen der Kinder. ■



annette frank
möbel und textilien für kinder

BARNERT'S LÖFFEL-LISTE

„To kick the bucket“ bedeutet umgangssprachlich nichts anderes als „den Löffel abgeben“, „ins Gras beißen“. Und auf einer dazugehörigen Liste stehen eben die Dinge, die man im Leben nicht verpassen sollte.

Und hier ist sie. Die ultimative Löffel-Liste. Verrücktes tun, Traumziele bereisen, Abenteuer erleben. Und es gibt keinen traurigen Grund dafür: Je früher wir anfangen, Dinge zu tun, die uns Spaß und das Leben besonders lebenswert machen, desto besser.

Die BARNERT'S-MAGAZINE-Redaktion hat die schönsten Ideen, Erlebnisse und Wünsche zusammen gestellt. Wir wünschen viel Vergnügen beim Lesen – und noch viel mehr beim Abhaken.

Einen Rockstar küssen

Egal ob Mann oder Frau, jeder wie er möchte. Was Sie aber nicht vergessen dürfen: Groupies bleiben (meistens) nicht zum Frühstück.

In einem der weltbesten Restaurants essen gehen

Zugegeben ein wahrscheinlich teures Vergnügen. Doch wer am Tisch mitreden will, sollte besser informiert sein.

Die britische Fachzeitschrift „Restaurant Magazine“ ruft jährlich 800 Experten aus aller Welt zusammen. Zurzeit auf Platz eins der „World's 50 Best Restaurants“: Das „Noma“ in Kopenhagen, schon zum zweiten Mal übrigens!

Area 51 besuchen

Das berühmte militärische Sperrgebiet liegt im südlichen Nevada, unweit von Las Vegas. Hier befindet sich eine zusätzlich gesicherte militärische Anlage, deren Existenz von der amerikanischen Regierung lange geheim gehalten wurde. Der Komplex ist Gegenstand vieler Verschwörungstheorien, vor allem wegen der angeblichen Erforschung außerirdischer Lebensformen auf der Militärbasis. Überprüfen Sie das lieber selbst!

Einen Fuß auf alle 7 Kontinente setzen

Das Leben ist zu kurz, um auf der Couch zu bleiben. Die Übersetzung des lateinischen (terra) „continenens“ lautet wörtlich:

zusammenhängendes Land, geschlossene Festlandmassen. Laut „Encyclopædia Britannica“ also Asien, Afrika, Nordamerika, Südamerika, Antarktis, Europa und Australien. Wir wünschen gute Reise.

Wildwasser im Boot befahren

Und zwar mindestens der Schwierigkeit „WW IV“. Natürlich nur mit erfahrenen Guides. Wir empfehlen den Grand Canyon, dann schlagen Sie zwei Fliegen mit einem Löffel:

Den Grand Canyon durchqueren

Hört sich harmloser an, als es ist: Knapp 40 Kilometer und ein paar tausend Höhenmeter. Weil im Sommer das Thermometer gut und gern über 40 °C klettert. Starten Sie vor Sonnenaufgang auf der (höheren) Nordseite. Das erste Wasser gibt es erst ganz unten und dann am anderen Ende, kurz vor dem Aufstieg. Blasenpflaster nicht vergessen! Unser Redakteur schafft das in exakt sechs Stunden.

Sich seiner größten Angst stellen

Zumindest einmal im Leben. Bei Batman waren es die Fledermäuse, bei der Angst selbst ist es Chuck Norris. Los, los: Sie zuerst!

Die 100 besten Filme sehen

IMDB (Internet Movie Database) informiert aktuell unter www.imdb.de/chart/top, was dazu gehört. Die Liste ist zwar nicht vollständig, aber ein guter Anfang.

Segeln lernen

Es gibt nur wenig anmutigere Sportarten. Die meisten Segler machen zuerst den Sportbootführerschein See. Damit dürfen sie zwar an der Küste segeln, aber sie können es nicht. Segeln lernt man erst, wenn man den SKS (Sportküstenschifferschein) macht. Der ist zwar freiwillig und die Polizei verlangt ihn niemals, aber die Charterunternehmen! Und lassen Sie sich nicht zu einem Segel-Grundschein überreden. Der bringt so gut wie gar nichts.

Eine Zweitsprache lernen

Nein, nicht Hochdeutsch. Zu den beliebtesten gehören Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch. Die einfachsten sind Italienisch oder Indonesisch. Und die schönste?

Auf einen hohen Berg klettern

Er muss nicht gleich Mount Everest heißen. Aber er sollte doch ein wenig schwieriger als der Brocken sein. Auch der Kilimandscharo zählt nicht wirklich, denn die (Pflicht-)Träger tragen dort nicht nur das Gepäck der Bezwinger, sondern nicht selten selbst nur Zehensteigsandalen.

Flitterwochen auf den Seychellen

Redaktionstipp von Oliver Barnert.

Aber nur mit Traumfrau, denn jetzt wird's teuer: North Island mieten und ein Candlelight-Dinner direkt am Strand organisieren, mit den Füßen im Wasser. Der Butler sollte sich nach dem Dinner diskret ins Meer zurückziehen.

Den Traumwagen fahren

Werfen Sie sich in Schale und überlisten Sie den Autoverkäufer. Mieten Sie in Las Vegas oder am Nürburgring. Doch egal wie: Vergessen Sie um Himmels Willen nicht eine gute, gute (gute!) Versicherung.

Eine Kriegserzählung anhören

Fragen Sie Ihren Urgroßvater. Gehen Sie in ein Altersheim. Ihr aktiver Beitrag für den (persönlichen) Weltfrieden.

Eine legendäre Straße befahren

Hervorragend mit der Aufgabe davor zu verbinden. Einen berühmten Pass vielleicht. Oder eine klassische Küstenstraße. *Redaktionstipp von Magdalena Jowita Marzouk:* Die französische Riviera, aber nur mit einem Sunbeam Alpine Mark.

Auf dem Oktoberfest Bier trinken

Wir haben hier mit Absicht das Volumen weggelassen. Jetzt vormerken: 21. September 2013 bis 6. Oktober 2013.

Die Redwoods besuchen

Der Nationalpark befindet sich an der US-Pazifikküste. In seinem Schutzgebiet wachsen knapp 50 % des natürlichen Bestands an Küstenmammutbäumen (Sequoia sempervirens). Am Redwood Creek im Süden des Parks steht der mit 115,5 m höchste bekannte Baum der Erde.

Den Sonnenuntergang von Oia aus sehen.

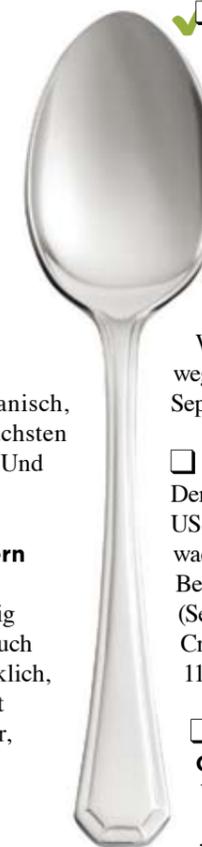
Wir haben nicht in Erfahrung bringen können, warum die gerade in Griechenland so schön sein sollen. Bitte schreiben Sie uns eine Postkarte. Wir sind gespannt!

Sterne schauen in der Atacamawüste

Aufgrund des extrem trockenen Wüstenklimas sind dort gleich mehrere große Sternwarten errichtet worden: Die Sicht ist von hier weltweit am besten. Die Atacama gilt als die trockenste Wüste der Erde. Vergessen Sie nicht eine gute Flasche Wein! Und diesen Teilnehmer:

Die Traumfrau/Den Traummann ansprechen

Redaktionstipp von Martin Haag. Wer nicht wagt, der nichts gewinnt. Das Beste daran: Diese Liste ausdrucken und vorzeigen. Dann haben Sie schon halb gewonnen.



Das Testament schreiben

Und sich entsprechend vorbereiten. Siehe Seite 70.

Tango lernen in Buenos Aires

Der Tango gehört zum Kulturerbe der Menschheit. Seit dem Ende des 19. Jahrhunderts hat er sich in diversen Formen von Buenos Aires aus in der gesamten Welt verbreitet.

Jonglieren lernen

Der Weltrekord liegt bei 13 Ringen (Albert Lucas, 2002) und Beanbags (Alex Barron, 2011). Wir sind großzügig. Drei Bälle genügen! Und sie müssen NICHT brennen.

Tomaten werfen bei „La Tomatina“

In dem kleinen Dorf Buñol, rund 40 km von Valencia entfernt, veranstalten Bewohner seit 1945 jedes Jahr im August eine riesige Tomatenschlacht. Der Ursprung für den Brauch stammt übrigens von einer Dorfprügelei, die ihren Anfang zufällig in der Nähe eines Gemüsestandes nahm. Weil es so schön war, wiederholten dieselben Raufbolde genau ein Jahr später wieder die Schlacht. Den 28. August 2013 also bitte „rot“ anmerken.

Venedig sehen

und sterben – aber nur vor Begeisterung. Die Hauptstadt der Region Venetien und der Provinz Venedig trägt den Beinamen La Serenissima, was „Durchlauchtigste“ bedeutet. Ausgezeichnet wohnt man übrigens im versteckten Ca Maria Adele (www.camariaadele.it).

Das Nordlicht beobachten (Aurora borealis)

Wahlweise zählt auch das Südlicht in Südpolnähe (Aurora australis). Nüchtern betrachtet ist es eine Leuchterscheinung, die beim Auftreffen geladener Teilchen des Sonnenwindes auf die Erdatmosphäre in den Polargebieten der Erde hervorgerufen wird. Am besten zu sehen zwischen 60° und 80° nördlicher bzw. südlicher Breite.

Einmal „Ich liebe dich“ sagen und es so meinen

Mehr Worte bedarf es hier nicht.

Tiefschnee-Skifahren in Kanada

Redaktionstipp von Hassan Marzouk. Das Team aus „The Art of Flight“ bevorzugte Nelson, Revelstoke. Natürlich per Heliskiing. Übrigens: „Erfunden“ wurde es zwar in Kanada und in den 60ern, aber von einem Österreicher (Hans Gmoser).

Auf Safari gehen

Der Name stammt aus dem Arabischen und ist der gängige Begriff der Swahili-Sprache für eine „Reise jeglicher Art“. Ursprünglich war die Safari eine Großwildjagd, heute zum Glück zumeist nur noch mit der Kamera. Bei beiden Formen spielen die sogenannten „Big Five“ eine große Rolle: Büffel, Elefant, Löwe, Leopard und Nashorn.

Einen Baum pflanzen

Ältere Semester wählen am besten schnellwachsende Bäume (Birke, Blauglockenbaum, Erle, Esche, Fichte, Espe/Pappel, Weide), junge Menschen können es auch mit Buchsbaum, Ahorn, Eibe, Eiche, Kiefer und Zypressen.

Eine gute Zigarre auf Kuba rauchen

Aficionados auf der ganzen Welt sind sich einig, dass die besten Tabake der Welt in Kuba wachsen. Vor allem die Produkte aus der Region Vuelta Abajo sind begehrt, das ist die Gegend um Pinar del Rio im äußersten Westen. Bis zu 300 Arbeitsschritte fallen für ein Premium-Stück an.

Im Toten Meer treiben

Der Salzgehalt des Toten Meeres liegt bei bis zu 33 % (zum Vergleich: Das Mittelmeer hat 3,8 %). Noch salzhaltiger sind nur der Assalsee in Dschibuti (knapp 35 %), der Kara-Bogas-Gol in Turkmenistan (34 %) sowie einige Seen in den antarktischen Trockentälern (Don-Juan-See, etwa 44 %). Die zählen natürlich auch, geben aber keine Extrapunkte. ■



BARNERT & COMPANY

Exzellenz in der Finanzberatung

Wertorientiert

Anlegen mit planbaren Renditen

Anlageimmobilien in München

Investieren Sie in den Spitzenreiter

Intelligent stiften gehen

Wenn Sie beim Erben Steuern sparen möchten, sollten Sie die richtige Vorsorge treffen.

Rohstoffvorkommen in den USA

Neue alte Wege bei der Energieversorgung

Nordic Oil

High-Performance Oil Funds

WERTE



„Wenn wir unseren Kunden 6 % Rendite versprechen, müssen es auch 6 % sein – sonst haben wir unser Geld nicht verdient.“

Direkt im Herzen Bogenhausens, unweit des Friedensengels, gleich neben dem Gourmet-Tempel von Michael Käfer, befindet sich das Beratungsunternehmen BARNERT & COMPANY.

BARNERT & COMPANY bietet eine exzellente Finanzberatung. Leidenschaftlich, kompetent und erfolgreich. Spezialisiert auf die umfassende Beratung und Betreuung von Vermögen anspruchsvoller Privatkunden, die mehr suchen als nur eine Beratung zu „diversen Anlageprodukten“. Hier werden persönliche Werte, ideelle Wünsche und Ziele in Einklang gebracht.

Oliver Barnerts Klienten gehören zu den erfolgreichsten in ihren jeweiligen Segmenten. Gleich und gleich gesellt sich gern. So erlangt BARNERT & COMPANY kontinuierlich Auszeichnungen der hiesigen Fachpresse und reichlich Lob seiner Mandanten.

„Ein Berater für die Besten...“

Magazin *Finest Finance*, Juli 2010

Oliver Barnerts Mandanten haben verstanden, dass nur die Vorzüge einer hoch individuellen und sehr persönlichen Betreuung – also ausschließlich die Finanzberatung auf Honorarbasis sowie der Verzicht auf Zuwendungen Dritter am Ende zum Erfolg führen können.

„Transparenz und Ablehnung von Provisionen“

Leitlinie des Verbund deutscher Honorarberater

Mit der Honorarberatung liefert BARNERT & COMPANY das Leistungsversprechen einer homogenen, anspruchsvollen Qualität in der Finanzberatung. Und distanziert sich bewusst vom Gros der übrigen Marktteilnehmer. Von Anfang an. Als Sohn eines erfolgreichen Unternehmers wurde Oliver Barnert der Unternehmergeist bereits in die Wiege gelegt. Nach dem Internatsbesuch im schweizerischen „Institut auf dem Rosenberg“ und dem Studium im benachbarten Tessin „Banking & Finance“ kehrte er zu seinen Wurzeln zurück: Seit nunmehr über zehn Jahren ist München sein Domizil. Und sein Beruf Leidenschaft. „Die spezifischen Situationen meiner Kunden, ihre unterschiedlichen Ziele und der persönliche Kontakt machen meine Arbeit so spannend und facettenreich. Ich bin jederzeit persönlich erreichbar. Rund um die Uhr, auch am Wochenende.“ Unumgänglich vor allem beim internationalen Klientel.

„Hin und wieder beginnt ein Arbeitstag schon einmal mit einem Telefonat nach Singapur; um 4 Uhr morgens“.

Oliver Barnert ist anders. Er ist kein Vermögensverwalter im klassischen Sinne. Bei ihm gibt es kein 08/15. Niemand ist hier eine Nummer, nichts ist Standard. In Zeiten, in denen die Finanzbranche oft zu Recht verspottet wird, das Wort „Bank“ nicht länger nur Vertrauen ausdrückt, beweist BARNERT & COMPANY, dass es auch anders geht. Das Unternehmen achtet auf Details, ohne auch nur eine Sekunde das Ganze aus den Augen zu verlieren.

„Wenn ein neuer Interessent zu Beginn skeptisch ist, setzen wir nur 10 % der zu investierenden Summe als Testballon ein. Erreichen wir die festgelegte



Firmensitz BARNERT & COMPANY GmbH in München

Renditevorstellung nicht, verzichten wir auf unser gesamtes Honorar. Nach einem Jahr sehen wir die meisten Kunden wieder in unseren Räumen.“

Spezielle Wünsche hat BARNERT & COMPANY oft schon im Vorfeld erkannt, zumindest aber erahnt. Doch nicht nur das, die Lösung liegt parat, die Antwort präsentiert. Hier wird, neben fachlicher Kompetenz, vor allem Menschlichkeit groß geschrieben.

„Nur wenn die Sympathie stimmt – ergibt sich auch eine ertragreiche Zusammenarbeit.“

Oliver Barnerts hoher Anspruch bei seinen Kunden setzt sich auch bei seinen Mitarbeitern fort. Er versteht es einfach, den

exklusiven Zirkel anzusprechen, der eine höchst individuelle und persönliche Betreuung benötigt: Nur das Beste ist gut genug!

„Meine Kunden müssen bei allen Anlageempfehlungen ein gutes Bauchgefühl haben. Sonst lehnen wir Mandate schon einmal ab.“

Das Leben ist zu kurz, um sich mit mediokren Lösungen, offenen Weinen und Mittelmäßigkeiten abzugeben. Und es ist ständig in Bewegung. Vermögen hat es verdient, mobilisiert zu werden, statt nur geparkt.

Was genau macht BARNERT & COMPANY anders als alle anderen?

Oliver Barnert: „Unsere Kernkompetenz ist eine erstklassige, sehr persönliche und individuell abgestimmte Beratung. Wir sehen uns in der Verantwortung für ein nachhaltiges Vermögensmanagement, das nur in einer langfristigen Perspektive erfolgen kann. Zugeschritten auf den jeweiligen Lebensabschnitt und die zukünftige Planung.“ Und es geht noch sehr viel weiter: Die nachhaltige Mehrung des Vermögens ist Gesetz. Wir prüfen fortlaufend unsere Empfehlungen, stellen uns den erreichten Ergebnissen und präsentieren sie in jährlichen Leistungsbilanzen.“

BARNERT & COMPANY arbeitet ausschließlich auf Honorarbasis und erstattet seinen Klienten sämtliche möglicherweise enthaltene Provisionen zurück - auch die versteckten!

„Der Löwenanteil unseres Honorars ist erfolgsbasiert. Damit sitzen wir im gleichen Boot wie unsere Klienten. Wir ordnen jedem einzelnen Investment eine jährliche Zielrendite zu. Nur wenn diese auch exakt erreicht oder übertroffen wird – verdienen auch wir mehr Geld“,

sagt Oliver Barnert nicht ohne Stolz.

BARNERT & COMPANY trägt diesen Namen nicht ohne Grund. „Mein Unternehmen besteht im Grunde aus einer Vielzahl ausgewählter Spezialisten, „Company’s Experts.“ Ein firmeneigenes Netzwerk aus Existenzgründungcoach, Stiftungs- und Steuerberater bis hin zu internationalen Fachanwälten.“

Unsere Anlagegrundsätze

- Die weltweite Streuung des Vermögens über verschiedene Volkswirtschaften, Währungen und Rechtssysteme.
- Liquiditätsreserve sollte in liquiden, planbaren Festzinsanlagen gehalten werden.
- Ein ausgewogenes Verhältnis von Geld- und Sachwerten. Schwerpunkt in institutionellen unternehmerischen Beteiligungen. Börsenunabhängig!
- Basisinvestments: Immobilien, physisches Gold, Silber, Diamanten und seltene Industriemetalle.
- Physische Energierohstoffe, wie z.B. Öl, Gas sowie erneuerbare Energien.

Die Investmentgrundsätze von BARNERT & COMPANY zeigen seit Jahren Erfolg, Anlagekapital schwerpunktmäßig in zukunftssträchtige Sachwerte zu investieren. „Unsere Mandanten konnten in den letzten Jahren (je nach Anlagezeitraum) jährliche Auszahlungen von 6,0 bis 14,2 % verzeichnen. Selbst im schwierigen Jahr 2008 betrug die Durchschnittsrendite 8,4 %.“

„Wenn wir unseren Kunden 6 % Rendite versprechen, müssen es auch 6 % sein – sonst haben wir unser Geld nicht verdient.“



BARNERT & COMPANY
FINANCIAL PLANNING

www.barnert-company.de

zertifizierter Honorarberater (VDH® - Verbund deutscher Honorarberater)

zertifiziert vom Bundesverband deutscher Honorarberater

TOP-10 Berater in Deutschland

Termine nach Vereinbarung

„Wertorientiert“

Anlegen mit planbaren Renditen



In Zeiten von Euro-Schwäche und anhaltend niedrigen Zinsen am Kapitalmarkt suchen anspruchsvolle Anleger für ihr Vermögen nach nachhaltigen Produktalternativen mit planbaren Renditen. Die Orderschuldverschreibungen und Genussrechte der Future Business KG aA setzen seit mehr als zwölf Jahren auf Sachwerte der Spitzenklasse und ermöglichen bei festen Zinssätzen die Partizipation an einem breit gestreuten Portfolio aus ausgesuchten Substanzwerten höchster Qualität. Das Anlagemanagement des Emissionshauses verfügt über eine jahrzehntelange Erfahrung in den drei zentralen Segmenten Immobilien in Spitzenlagen, Beteiligungen an prosperierenden Unternehmen und Versicherungspolice aus dem lukrativen Zweitmarkt. Eine konservative Investitionspolitik legt bei höchstmöglicher Sicherheit der angelegten Gelder und komfortablen Liquiditätspolstern die Voraussetzungen für Zinssätze der

Orderschuldverschreibungen zwischen 6,0 und 8,0 Prozent pro Jahre bei Laufzeiten zwischen 90 Tagen und zehn Jahren. Bei den Genussrechten erhält der Anleger eine Basisverzinsung zwischen aktuell 5,0 Prozent und 7,0 Prozent bei Laufzeiten zwischen fünf und 15 Jahren und eine jährliche Übergewinnverzinsung in Abhängigkeit vom Geschäftserfolg des Emissionshauses. In den vergangenen zehn Jahren wurde je nach Genussrechtsserie eine zweistellige durchschnittliche Gesamtausschüttung zwischen 11,3 Prozent und 14,2 Prozent erreicht. Orderschuldverschreibungen und Genussrechte der Future Business KG aA sind in ihrer speziellen Ausgestaltung und in der Höhe ihrer Ausschüttungen einmalig auf dem deutschen Markt. Der Erfolg der innovativen Produkte manifestiert sich in den seit Jahren konstanten Wachstumsraten bei den Emissionen sowie hohen Wiederanlage- und Empfehlungsquoten. Zum Stichtag 30. September 2012 befanden sich ausgesuchte Immobilien mit einem Buchwert von 64,41 Mio. Euro im Besitz der Unternehmensgruppe der Future Business KG aA. Zum bestmöglichen Schutz vor Inflation wird aktuell der Immobilienbestand in Top-Lagen kontinuierlich vergrößert. Die kapitalbildenden Versicherungspolice der renommiertesten deutschen Gesellschaften standen zum Stichtag

Seit zehn Jahren jährliche Ausschüttungen zw. 11,3 – 14,2 % - nach Kosten

mit insgesamt 397,14 Mio. Euro zu Buche und bildeten damit den größten Anteil des Gesamtportfolios.

Mit Werten wie Bodenständigkeit, Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit hat sich die Future Business KG aA am Markt einen exzellenten Namen gemacht. Die Produkte unterliegen als Finanzinstrumente nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) der Prospektspflicht und sind über ein bundesweites Netzwerk von über 830 qualifizierten, nach dem Kreditwesengesetz (KWG) lizenzierten und von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) überwachten, Beratern erhältlich. Seit der Gründung der Future Business KG aA im Jahr 2000 bis zum 31.

Dezember 2011 wurden bereits mehr als 50.000 Einzelanlagen mit einem Gesamtvolumen von 1,1 Mrd. Euro getätigt und Orderschuldverschreibungen in Höhe von 643,6 Mio. Euro an die Anleger zurückbezahlt. Das Emissionshaus besitzt zudem ein wiederholtes Qualitätsrating der Hoppenstedt Kreditinformationen GmbH mit einer ausgezeichneten Bonität und Finanzkraft.

Die vielen zufriedenen Kunden der Future Business schätzen die hohe Kontinuität der Anlageprodukte und

die überpünktlichen Auszahlungen der Ausschüttungen sowie den ausgezeichneten Service nach höchsten Qualitätsstandards. Mit ihrer strategischen Weitsicht ist die Future Business KG aA stets sicher und unbeschadet durch alle Finanz- und Börsenkrisen der vergangenen Jahre gekommen. Durch die Konstellation als Kommanditgesellschaft auf Aktien verfügt die Future Business zudem über einen persönlich haftenden Gesellschafter und legt für sich die Maßstäbe eines ehrbaren Kaufmanns zugrunde.

Weitere Informationen zu den Premiumprodukten der Future Business KG aA sind über den Exklusivvertrieb der INFINUS AG Finanzdienstleistungsinstitut unter der Telefonnummer 0351/475830 und über post@infinus.de erhältlich oder können den jeweils gültigen Verkaufsprospekten entnommen werden. Diese erhalten Sie bei der Future Business KG aA (www.fubus.de), Lene-Glatzer-Str. 23, 01309 Dresden, Telefon 0351/315640.

6,0 % Rendite – und nur 90 Tage feste Laufzeit

Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit

Orderschuldverschreibungen und Genussrechte der Future Business KG aA erhältlich bei [Barnert & Company office@barnert-company.de](mailto:office@barnert-company.de)

INFINUS AG
Finanzdienstleistungsinstitut
Tel. 0351/475830
post@infinus.de

Future Business KG aA
Lene-Glatzer-Str. 23
01309 Dresden

Tel. 0351/315640

www.fubus.de

ANLAGEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN

Wenn Sie sich für eine Anlageimmobilie in München entscheiden, investieren Sie in den Spitzenreiter.

In Zeiten von weltweiten Finanzkrisen suchen die Menschen nach Sicherheit. Sie wünschen sich Möglichkeiten, in Geldanlagen zu investieren, die ihnen nicht nachts den Schlaf rauben. Sachwerte haben in diesem Zusammenhang in den letzten Jahren immer weiter an Bedeutung gewonnen. Immobilien gehören zu den Sachwerten, die als Spitzenanlagen gelten. Dennoch gibt es EU-weite Unterschiede. Wenn Sie sich für eine Anlageimmobilie in München entscheiden, investieren Sie in den Spitzenreiter.

Den Begriff Sachwert sollte man eingrenzen und erläutern. Man spricht in diesem Zusammenhang von Investments oder Sachwertanlagen, die einen konkreten Sachwert verbriefen. Zu solchen Werten zählen beispielsweise Gold, Aktienfonds, Schiffsfonds oder Zertifikate. Immobilien nehmen eine besondere Stellung ein und verdienen daher eine genauere Betrachtung. Grundsätzlich wird zwischen Immobilien als Kapitalanlage und Offenen sowie Geschlossenen Immobilienfonds unterschieden. Der wesentliche Vorteil von Sachwertanlagen besteht in der Beständigkeit und Sicherheit. Gegenüber dem Gegenstück, den Geldwertanlagen, bestechen Sachwertanlagen durch Wertbeständigkeit, auch in Zeiten von Krisen und Inflation. Dennoch gibt es Unterschiede, was sich gut am Immobilienmarkt beobachten lässt. Eine

Anlageimmobilie in München ist rentabler als in vergleichbaren anderen Städten. Der Blick auf den europäischen Markt macht deutlich, wie gut aufgestellt die bayerische Landeshauptstadt ist.

MÜNCHEN IST SPITZENREITER

Die Marktanalyse des Wirtschaftsprüfungsinstituts Pricewaterhouse Coopers (PwC) spricht eine klare Sprache. Sie hat den Immobilienmarkt in Europa genaustens unter die Lupe genommen und kommt zu einem eindeutigen Schluss: München ist für internationale Investoren die Nummer eins, wenn es um Immobilien geht. Insgesamt 500 Immobilienexperten wurden um ihre Einschätzung gebeten, das Ergebnis ist eindeutig. Neben der Hansestadt Hamburg ist München der Standort Europas, der die niedrigsten Risiken vorweisen kann.

AUSGEZEICHNETE RENDITEERWARTUNGEN FÜR ANLAGEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN

Die Risikobeurteilung von München ergab, dass die Anlageimmobilie in München europaweit ganz vorn steht. Dies gilt ganz besonders für den privaten Wohnungsmarkt. Hier sprechen 50 % der Experten eine eindeutige Kaufempfehlung aus. Die Metropole Bayerns hat sich allein im vergangenen Jahr eindrucksvoll entwickelt,

immerhin stand sie im Vergleichszeitraum auf Rang vier und hat sich in kurzer Zeit zum Spitzenreiter hochgearbeitet. Dabei kann sich die Konkurrenz durchaus sehen lassen. Neben Hamburg auf dem zweiten Platz finden sich Städte wie Istanbul, Zürich und London auf den weiteren Platzierungen. Der große Verlierer der Expertenbetrachtung ist Moskau. Im letzten Jahr noch auf Platz eins gelistet, sehen die Fachleute in der Hauptstadt Russlands inzwischen offenkundige Risiken, wenn es um Immobilienanlagen geht. Das Ergebnis ist der sechste Rang, gefolgt von Helsinki, Paris und Berlin. Mit Frankfurt auf dem zehnten Rang ist eine weitere deutsche Stadt in die Wertung der Besten eingeflossen. Über all dem thront die Anlageimmobilie in München unangefochten.

AUCH MÜNCHEN IST KEIN PARADIES

Bei allem berechtigten Lob für die Anlageimmobilie in München – paradisiische Zustände herrschen auch in

der bayerischen Landeshauptstadt nicht. Insbesondere an den Büroimmobilien zeichnet sich ab, dass die Finanz- und Wirtschaftskrisen der vergangenen Jahre auch an München nicht spurlos vorübergezogen sind. Während das Transaktionsvolumen der Stadt lange Zeit auf einem hohen Niveau stand, sank es in den letzten Jahren kontinuierlich ab. Dennoch: Verglichen mit anderen Städten geht es dem Markt der Büroimmobilien in München relativ gut. Fachleute prognostizieren für München in diesem Jahr sogar den höchsten Umsatz aller Bürostandorte innerhalb Deutschlands.

GUT INVESTIERT BEI GUTEN PREISEN

Für Kurt Kapp vom städtischen Wirtschaftsreferat sind die Ergebnisse der PwC-Studie nur folgerichtig. Besonders in Zeiten, die durch wirtschaftliche Herausforderungen geprägt sind, ist die Anlageimmobilie in München eine richtige

und wichtige Option. Kapp ist zuständig für den Bereich Wirtschaftsförderung und bezeichnet München als werthaltig und krisenfest. Das, so Kapp, liege auch daran, dass München so breit aufgestellt ist. Sollte es wirklich einmal einem Wirtschaftszweig schlecht gehen, würde dadurch nicht gleich die ganze Stadt einem Kollaps erliegen. An den besonders niedrigen Preisen für Immobilien kann es jedenfalls nicht liegen, dass München im Wettbewerb so gut dasteht. Immobilien in der Landeshauptstadt gibt es nicht zu Schleuderpreisen. Andererseits, so meinen die Experten von PwC, gebe es in München auch keine Preisexplosionen wie sie in der Vergangenheit in London oder Moskau zu beobachten waren. Für Anlageimmobilien in München bedeutet das keine extremen Höhenflüge, aber eben auch keine drastischen Abstürze.

AUCH FÜR ANLAGEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN IST UNABHÄNGIGKEIT OBERSTES GEBOT

Wie eingangs erwähnt, sind Sachwertanlagen eine sinnvolle Art und Weise, Investments auf vergleichsweise sicherem Niveau zu tätigen. Unbedarft sollten Sie dabei dennoch nicht vorgehen. Es gibt zahlreiche Faktoren, die zu berücksichtigen sind, wenn Sie in München eine Anlageimmobilie suchen. Ansprechpartner vor Ort gibt es mehr als genug, doch die wenigsten sind in der Lage, objektiv zu beraten. Immer dann, wenn Verkäufer in der Pflicht stehen, bestimmte Produkte zu verkaufen, geht ein Großteil der Objektivität verloren, die Unabhängigkeit bleibt auf der Strecke. Daher ist es von großer Bedeutung, einen fachkundigen Berater für die Anlageimmobilie in München zu finden, der in seinen Einschätzungen frei ist. Das wirkt sich nicht nur auf die Immobilie als Anlagemöglichkeit aus, sondern auch auf die Rendite. Die ist naturgemäß höher, wenn die Provision für den Vermittler entfällt. ■



Mit der Honorarberatung liefern wir das Leistungsversprechen einer homogenen, anspruchsvollen Qualität in der Finanzberatung, und eröffnen unseren Klienten völlig neue Perspektiven.
Willkommen in einer neuen Liga.

Es ist Zeit – Zeit für die Honorarberatung.



**BARNERT
& COMPANY**
FINANCIAL PLANNING

WWW.BARNERT-COMPANY.DE

NATÜRLICH KÖNNEN SIE
BARNERT'S MAGAZINE
AUCH ONLINE LESEN



www.barnerts-magazine.de



BARNERT'S
MAGAZINE

SCHUMANNSTR. 1A · 81679 MÜNCHEN
CONTACT@BARNERTS-MAGAZINE.DE

INVESTIEREN MIT
VERANTWORTUNG



NACHHALTIGE ANLAGEFORMEN
MIT ATTRAKTIVEN RENDITEN

5,25% p.a.
Festzins
ab 90 Tage Laufzeit
Mindestanlage 5.000 €

5,75% p.a.
Festzins
1 Jahr Laufzeit
Mindestanlage 2.500 €

6,25% p.a.
Festzins
3 Jahre Laufzeit
Mindestanlage 2.500 €

7,00% p.a.
Festzins, monatliche Annuitäten
5 Jahre und 2 Monate Laufzeit
Mindestanlage 5.000 €

Informieren Sie sich jetzt
bei unserem
Premiumvertriebspartner:
www.infinus.de

ecoConsort AG
Investieren mit Verantwortung

www.ecoConsort.de

INTELLIGENT STIFTEN GEHEN

„Bei der Errichtung einer steuerbegünstigten Stiftung fallen grundsätzlich weder Schenkungs-, Erbschafts- oder Grunderwerbssteuer an.“



Jürgen Langer
Rechtsanwalt

Wenn Sie beim Erben Steuern sparen möchten, sollten Sie die richtige Vorsorge treffen. Allein im Jahr 2011 werden Berechnungen zufolge mehr als 230 Milliarden Euro vererbt, wie das „Handelsblatt“ meldet. In einer Studie befragte das „Institut für Demoskopie Allensbach“ knapp 2000 Deutsche, die mindestens einmal in ihrem Leben geerbt hatten. 75 % von ihnen gaben an, dass sie aus einem Nachlass bereits Geld erhalten haben. Immobilien wurden bei 38 % der Befragten vererbt.

BARNERT'S MAGAZINE hat nachgefragt. Bei einem, der sich auskennt: Jürgen Langer, Rechtsanwalt einer großen Münchner Kanzlei. „Gerade in Zeiten der Diskussion um die Besteuerung von Großvermögen ist das Interesse an der Gründung von Stiftungen stark gewachsen. Immer mehr Privatpersonen, wie auch Unternehmen, setzen sich mit der Idee einer Stiftung für einen gemeinnützigen Zweck in unserer Gesellschaft ein.“

Der Stifter bestimmt den Zweck der Stiftung, um sich für bestimmte Projekte einzusetzen und sie zu verwirklichen. Etwa ein Drittel der Stiftungen in Deutschland verfolgt soziale Zwecke und unterstützt bedürftige Menschen. Bereits zu Lebzeiten kann der Stifter somit aktiv gestalten, wie

sein Vermögen für die Zukunft verwendet werden soll.

Eine Stiftung wird rechtlich als Sondervermögen bezeichnet, das gemäß dem Stifterwillen eigenständig verwaltet wird und dessen Erträge einem bestimmten Zweck zu Gute kommen. Jede natürliche Person, die voll geschäftsfähig ist und jede juristische Person, wie ein Verein oder Unternehmen, können eine Stiftung errichten.

Im Gegensatz zu einer Spende werden die Mittel des Vermögens nicht direkt ausgegeben, statt dessen ist das in die

Bei der Errichtung fallen bei der Stiftung weder Schenkungs- bzw. Erbschaftssteuer noch Grunderwerbssteuer an.

Stiftung eingebrachte Vermögen unantastbar. Es können nur die Erträge wie Zinsen eines Kapitalvermögens oder Einnahmen aus Mieten und Pachten ausgeschüttet werden. Daher muss das Kapital einer Stiftung dem Stiftungszweck angemessen sein. Für welchen Zweck die Erträge aus seinem Stiftungsvermögen genutzt werden sollen, kann der Stifter langfristig sicherstellen. Der Stifterwille prägt das Profil seiner Stiftung. Sein Name bleibt auf Dauer mit seiner Stiftung verbunden.

Das Leitbild der Stiftung ist die sogenannte rechtsfähige Stiftung des bürgerlichen Rechts. Sie verfolgt in der Regel einen dem Gemeinwohl dienenden Zweck.

Als gemeinnützige Stiftung, die ausschließlich und unmittelbar steuerbegünstigte Zwecke verfolgt, genießt sie eine Steuervergünstigung.

Bei der Errichtung fallen bei der Stiftung weder Schenkungs- bzw. Erbschaftssteuer noch Grunderwerbssteuer an.

Die Körperschaftsteuerpflicht entfällt, solange die Stiftung als steuerbegünstigt anerkannt wird. Darüber hinaus mindern steuerbegünstigte Spenden bis zu 5 % des Gesamtbetrags der Einkünfte das steuerpflichtige Einkommen. Für wissenschaftliche, mildtätige und besonders förderungswürdige kulturelle Zwecke erhöht sich dieser Höchstbetrag auf 10 %.

Bei der Gründung einer Stiftung können bis zu 307.000 Euro im Jahr der Zuwendung und in den folgenden neun Jahren als Sonderausgabe abgezogen werden. Mit der Errichtung einer Stiftung kann man insofern direkt Steuern sparen.

Im Gegensatz zur rechtsfähigen Stiftung ist die sogenannte „Treuhandsstiftung“ ein interessantes und zugleich einfacher zu realisierendes Stiftungsmodell, nachdem diese keiner eigenen Organisation bedarf. Die treuhänderische Verwaltung wird durch eine juristische Person wahrgenommen, die aufgrund eines Treuhandvertrages und der Satzung die Stiftung nach außen vertritt.

„Treuhandsstiftung“ ein interessantes und zugleich einfacher zu realisierendes Stiftungsmodell

Die gemeinnützige Treuhandsstiftung benötigt, im Gegensatz zur rechtsfähigen Stiftung, nur die Prüfung bezüglich der Gemeinnützigkeit durch das zuständige Finanzamt. So wird die rechtsfähige Stiftung in Deutschland gleich von zwei Behörden überwacht: dem Finanzamt und der Stiftungsaufsichtsbehörde. Die treuhänderische, auch unselbstständige Stiftung genannt, ist gerade für den Mittelständler die flexiblere und gleichzeitig die ältere Grundform der Stiftung.

Treuhandsstiftungen können recht schnell errichtet werden.

Innerhalb von einem Monat kann die Gründung erfolgen, in Ausnahmefällen in wenigen Tagen.

Für wissenschaftliche, mildtätige und besonders förderungswürdige kulturelle Zwecke erhöht sich dieser Höchstbetrag auf 10 %. Bei der Gründung einer Stiftung können bis zu 307.000 Euro im Jahr der Zuwendung und in den folgenden neun Jahren als Sonderausgabe abgezogen werden. Mit der Errichtung einer Stiftung kann man insofern direkt Steuern sparen.

Im Rahmen der Kooperation zwischen BARNERT'S MAGAZINE und unserer Kanzlei bieten wir eine unentgeltliche Erstberatung bzw. Ersteinschätzung Ihres rechtlichen Problems an.“

PAPROTH
METZLER
DR. ERTEL
PARTNER

> RECHTSANWÄLTE

Kanzlei
Pap Roth, Metzler,
Dr. Ertel & Partner
Rechtsanwälte und
Fachanwälte

Maffeistr. 3/II
80333 München

Tel.+49 89 4613 850

info@paproth-metzler.de
www.paproth-metzler.de

Rohstoffvorkommen in den **USA**



© rr041 - Fotolia.com

Neue **alte** Wege bei der Energieversorgung

Neuere Bohrtechniken sollen das bisher unmöglich Geglachte möglich machen: Neue Öl- und Gasreserven in den USA sollen eine globale Energiewende herbeiführen. Drastisch gesunkene Erdgaspreise auf dem US-Markt verdeutlichen bereits eine eindrucksvolle Trendwende – die USA werden zum Selbstversorger im Bereich der konventionellen Energieträger. Für Europa bedeutet diese globale Energiewende jedoch zusätzlichen Druck, denn der Wettbewerb wird härter, weswegen mehr denn je auf eine effiziente Energiewirtschaft geachtet werden muss. Das gilt vor allem im Hinblick auf die angestrebte Energiewende.

Neuer Energieschub für die Weltmacht USA

Es ist nicht weniger als das berühmte Ass im Ärmel, das von den USA hier hervorgezogen wurde. Im Weltenergiebericht der Internationalen Energieagentur (IEA) ist bereits von einer Zeitenwende für den globalen Energiemarkt die Rede. Auch sollen die USA bis zum Jahr 2025 zum größten Ölproduzenten der Welt aufsteigen und damit einen Platz vor Saudi-Arabien einnehmen. Die Karten werden also neu gemischt.

In den USA könnten die Gasvorkommen im Schiefergestein eine Re-Industrialisierung und weltweit eine globale Energiewende herbeiführen. Eine Perspektive, die das Land auch für Investoren äußerst interessant macht. Mussten diese sich bislang mit politisch eher instabilen Ländern anfreunden, werden sie gerne den Wechsel in die USA unternehmen. Im Gegenzug wird die Abhängigkeit westlicher Länder von den bisherigen Ölförderstaaten drastisch abnehmen. Die Ölexporte aus Saudi-Arabien sollen vielmehr

in Richtung Asien gehen, denn hier wird der Bedarf auch zukünftig stark ansteigen. Rund 60 % des Nachfrageanstiegs sollen laut Bericht allein in China, Indien und Nahost generiert werden.

Neben den USA besitzt aber auch ein weiteres Land das Potenzial, zu einem der Marktführer in Sachen globale Energiewende zu werden: der Irak. Dieser sei durchaus dazu in der Lage, Russland als zweitgrößten Ölproduzenten der Welt zu überholen und selber diesen Rang einzunehmen. In Zahlen ausgedrückt verfügt der Irak über eine Lieferkapazität, die 200 Milliarden Dollar pro Jahr entspricht.

Globale Energiewende und erneuerbare Energien – eine ungewisse Zukunft?

Den erneuerbaren Energien wird jedoch nach wie vor eine tragende Rolle in der Zukunft der Energieversorgung zugesprochen. Voraussetzung dafür sei jedoch, dass die Förderung durch öffentliche Gelder kontinuierlich anwachsen. Gelingt dies, so solle laut IEA-Bericht Ökostrom rund ein Drittel des weltweiten Energiebedarfs abdecken können.

Mittlerweile kann also eine zweite globale Energiewende erwähnt werden. Das bietet Anlegern eine größere Auswahl und damit mehr Möglichkeiten, eine ansehnliche Rendite zu erwirtschaften. Ohne genaue Fach- und Marktkenntnisse lassen sich Chancen und Risiken jedoch nur schwer abwägen. Empfehlungen und Expertenmeinungen gibt es zwar reichlich, aber letzten Endes sollte der Rat eines unabhängigen und qualifizierten Beraters eingeholt werden. ■



NORDIC OIL HIGH-PERFORMANCE OIL FUNDS

„Das außergewöhnlich große Wachstum der Gas- und Ölproduktion in den USA bedeutet eine Zeitenwende für den globalen Energiemarkt.“

Die Öl-Vorkommen in Nordamerika werden den Markt verändern, sagt der Weltenergiebericht 2012 der Internationalen Energieagentur (IEA): „Das außergewöhnlich große Wachstum der Gas- und Ölproduktion in den USA bedeutet eine Zeitenwende für den globalen Energiemarkt.“ Und: „Die USA werden bald zum größten Ölproduzenten.“

Bereits 2035 können sich die Amis selbst mit Öl und Gas versorgen. Bis zu 53 Milliarden Tonnen Öl, also das 13-fache des jährlichen Weltölverbrauchs, liegen in den USA noch unter der Erde. Ein großer Anteil davon in unangeforderten Lagerstätten, sogenannte Marginal oder Stripper Wells, also kleineren Bohrungen, die in den 80er und 90er Jahren oft auf Grund des niedrigen Ölpreises aufgegeben wurden. Und jeder dieser ca. 700.000 leisten im Schnitt bis zu 10 Barrel Öl pro Tag.

Jürgen Kestler, Vertriebsmanagement bei EVOCON financial, sieht hier eine große Chance für deutsche Anleger, sich mit Fonds von NORDIC OIL an der Öl- und Gasförderung in den USA zu beteiligen. Wir haben nachgefragt. Ein exklusives Interview:

Wie viel Potential steckt in den USA in stillgelegten Öl- und Gasbohrungen?

Kestler: Durch die Spezialisierung auf stillgelegte oder nur gering fördernde Bohrungen besteht für Anleger kein Explorationsrisiko. NORDIC OIL kennt die Förderhistorie jeder Bohrung und kann durch

neue Gutachten relativ genau den technischen und damit materiellen Aufwand, sowie die künftigen Förderergebnisse abschätzen.

Welches Potential steckt noch in den nicht ausgeförderten Lagerstätten?

Kestler: In Nordamerika herrscht eine regelrechte Aufbruchstimmung zur Ausbeutung kaum erschlossener Öl- und Gasvorkommen. Mittelständische Unternehmen, sogenannte Operator, finden hier vielfältige Chancen Öl zu fördern. Der Erwerb dieser Bohrungen und die Aufarbeitung sind aber mit einem hohen Kapitaleinsatz verbunden, der durch Kapitalbeteiligungen externer Partner, wie z.B. einem geschlossenen Fonds, gedeckt werden kann.

Stillgelegte Bohrungen sind meist nur zu maximal einem Drittel ausgefördert. Durch die Anwendung neuer technischer Methoden, wie durch das Einleiten von Heißwasser, Wasserdampf oder Polymeren und Tensiden, wird die Fließfähigkeit des in den Gesteinsschichten eingelagerten Öls verändert und der Ausbeutefaktor kann deutlich erhöht werden.

Wie rentabel sind die Fonds von NORDIC OIL?

Kestler: NORDIC OIL prognostiziert eine durchschnittliche Rendite von 17 % p.a. für seine Fonds. Der in der EXIT-Phase befindliche Fonds NORDIC OIL USA 1 wird eine Rendite in dieser Größenordnung erreichen.



Der Fonds NORDIC OIL USA 2 wurde im September 2012 mit 40,4 Mio. Euro voll platziert. Die Investitionsobjekte im Fonds weisen bereits heute ein hohe, gutachterlich bestätigte Wertsteigerung aus.

Wie ist der Anleger dabei abgesichert?

Kestler: Beim aktuellen Fonds NORDIC OIL USA 3 stehen die Investitionsobjekte bereits fest. Diese fördern derzeit ca. 300 Barrel Öl/Tag und weisen somit einen positiven Cash-Flow für die Investoren auf.

Grundsätzlich besteht für den Investor also kein Fündigkeitsrisiko, da die Historie der erworbenen Bohrungen und das in der Lagerstätte voraussichtlich befindliche Öl und Gas bekannt ist. Durch die Beteiligung der deutschen NORDIC OIL USA 3 GmbH & Co. KG an der Limited Partnership in den USA, welche Eigentümer der Bohrungen, Rechte und Anlagen ist, liegt ein realer Sachwert vor.

Durch die hohe finanzielle Eigenbeteiligung der operativen Partner vor Ort ist der effizienten Nutzung des verfügbaren Kapitals Rechnung getragen.

Die Angebote aus den USA werden

von deutschen und amerikanischen, weltweit anerkannten Experten geprüft und auf technische und wirtschaftliche Umsetzbarkeit überprüft.

Last but not least sind Anleger in unbegrenzter Höhe und bevorrechtigt an den Gewinnen beteiligt. Nach 100 % und 12 % p.a. für die Anleger wird die Mehrrendite 80:20 zu Gunsten der Anleger geteilt.

Worin besteht das Risiko für den Anleger?

Kestler: Das größte Risiko aus unserer Sicht liegt in der Entwicklung des Ölpreises und des Dollarkurses. In der Regel arbeitet der Fonds bei einem Ölpreis von 40 US \$ pro Barrel Öl kostendeckend.

Neben den gängigen technischen Aufwältigungsrisiken können auch Kostenüberschreitungen und zeitliche Verzögerungen auftreten.

Wichtig ist, dass NORDIC OIL das Heft des Handelns in der Hand behält und daher immer das operative Geschäft maßgeblich führt und kontrolliert. ■



Jürgen Kestler

Vertriebsmanagement
EVOCON financial

D

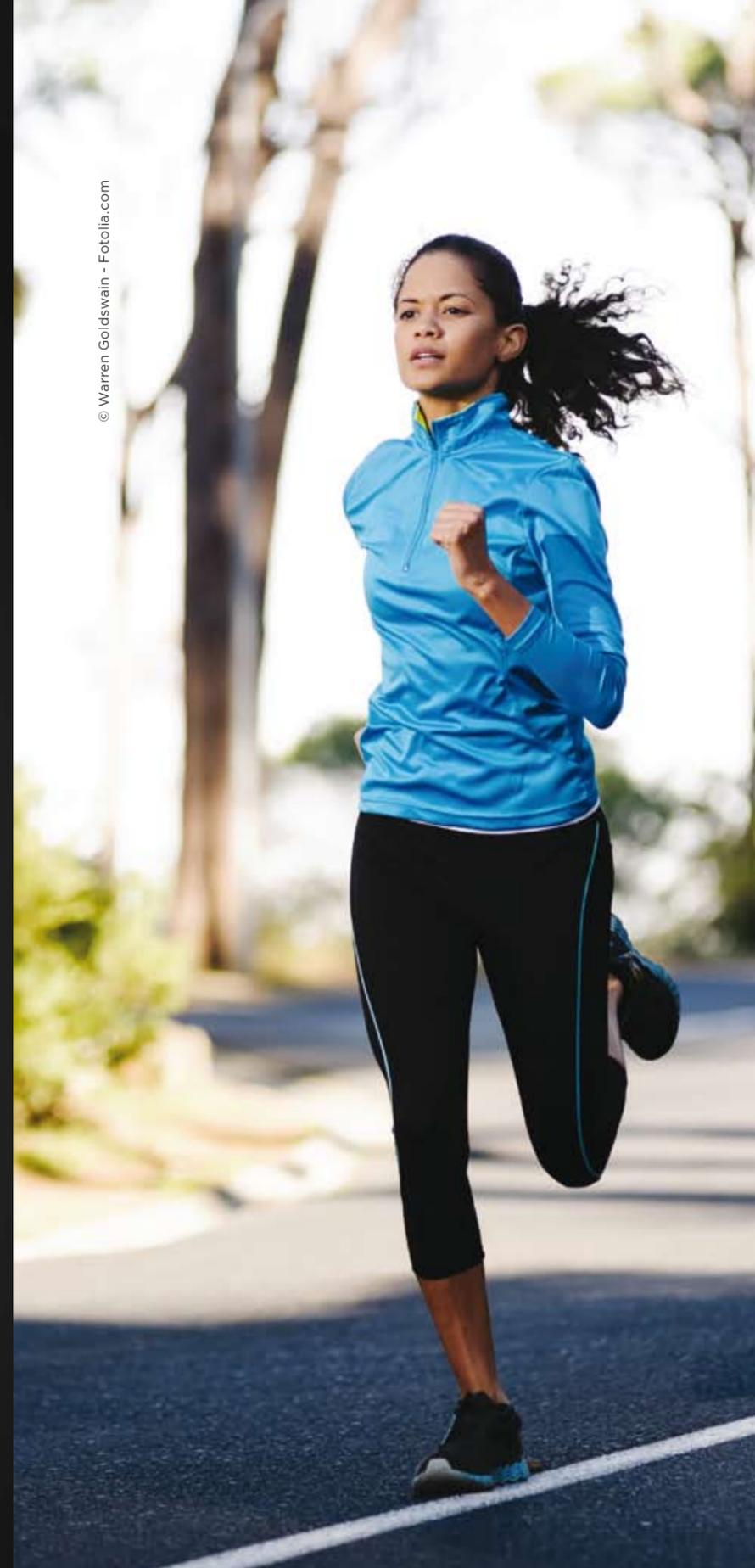
dubey & schaldenbrand

swiss manufacturer since 1946.

GRAND SHAR DBT
TOURBILLON



© Warren Goldswain - Fotolia.com



Ganz schön fett

Innere Werte einmal neu definiert

Tabu or not Tabu

Krebs - ist für viele in unserer Gesellschaft ein großes Tabu

Komplett vernetzt

Wie Social Media unseren Alltag und Lifestyle ganz neu definiert

VITALITÄT

THE NEW VISION OF TIME BY DUBEY AND SCHALDENBRAND.

movement tourbillon // gold rose case // model: gsardbt/rg/rgbk/lis // info@dubeywatch.com // www.dubeywatch.com



„Ganz schön Fett“

Innere Werte einmal neu definiert: Eigenfett statt Botox & Co. BARNERT'S MAGAZINE über neue Wege der Schönheitschirurgie.

Dass man aus Fett mehr machen kann, hat schon Joseph Beuys bewiesen. Jahrelang hingen fünf Kilo Butter in einer Ecke der Düsseldorfer Kunstakademie. Als die in die Jahre kamen, entfernte sie der Hausmeister. Wir alle kennen die Geschichte, eine teure Aktion!

Kommen wir Menschen in die Jahre, bildet sich eine amüsante Metapher zur berühmten Fettecke: Der Speck wird zum Feind. Und oft teuer entfernt. Was die wenigsten wissen: Unser Hüftgold verdient diese Bezeichnung. Es ist Grundstoff für eine ganz eigene Kunstform: Plastische und Ästhetische Chirurgie!

Je älter wir werden, desto mehr verlieren wir die Form. Mehr Fettgewebe am Körperstamm, weniger im Gesicht. Ein ganz natürlicher Vorgang, um den kaum einer herumkommt. Selbst hartes Training kann diesen Prozess nur bedingt beeinflussen.

Nach wie vor besonders problematisch empfinden wir das Altern im Gesicht.

Kein Wunder: Die Komponenten, die das Gesicht bilden, nämlich Haut, Unterhaut-Fettgewebe, Muskulatur und Knochenstruktur altern unabhängig voneinander. Mit fortschreitendem Alter droht die „Imbalance“ zwischen Knochen, Muskeln, Fett und Haut, wobei Letzterer die größte

Bedeutung zukommt: Elastizität und Hautdicke nehmen ab.

Außerdem kommt es in einigen Bezirken des Gesichtes zu einer Zunahme von Fett, während man in anderen Bereichen eine Reduktion beobachtet – die Gesichtszüge fallen nach unten. Und das nicht nur beim Blick in den Spiegel.

Dank moderner Technik können plastische Chirurgen heute überschüssiges Fettgewebe von denjenigen Stellen entnehmen, wo es

stört, und dorthin bringen, wo es gebraucht wird. Ins Gesicht. In die Brust. Oder Po.

Das Eigenfett wird dabei schonend entnommen, aufbereitet und frei transplantiert. Es gibt sogar Ärzte, die führen auf diesem Weg eine komplette Face-Rejuvenation durch. Ohne die geringste Hautstraffung.

In ihren Anfängen wurde die Verpflanzung des eigenen Fettgewebes von

vielen Ästhetischen Chirurgen misstrauisch beäugt. Heute wagt es keiner mehr, ihr den Respekt abzusprechen. Eigenfett hat ein unglaubliches Potential. Der Plastische und Ästhetische Chirurg kann durch individuelle Formung angeboren fehlendes oder mit dem Alter verlorenes Fettgewebe zurückbringen. Und ohne Abstoßungsreaktionen lebenslänglich umverteilen. Möglichkeiten. Fast ohne Grenzen.





BARNERT'S MAGAZINE sprach mit einem Profi auf diesem Gebiet: Dr. med. Annett A. Kleinschmidt, Fachärztin für Plastische und Ästhetische Chirurgie und Fachärztin für Chirurgie in Berlin.

Frau Dr. Kleinschmidt, Eigenfett wird in Fachkreisen oft als „biologisches Wunder“ bezeichnet. Teilen Sie diese Meinung?

Kleinschmidt: Ein kleines Wunder ist es schon, dass wir nicht nur Fettgewebe an störenden Stellen entnehmen, sondern es auch gleichzeitig da, wo Volumen fehlt, einbringen können. Volumenkonturierung hat in der Plastischen und Ästhetischen Chirurgie nach dem Zeitalter der reinen Straffung immer mehr an Bedeutung gewonnen. Mittlerweile wurde die Technik perfektioniert, so dass die anfänglichen Misserfolge in der Hand des qualifizierten Plastischen und Ästhetischen Chirurgen Geschichte sind.

Eigenfett vs. Botox & Co.?

Kleinschmidt: Eigenfett sollte man nicht in Konkurrenz, sondern als Ergänzung zu anderen Behandlungsmethoden sehen. Sie

haben ganz unterschiedliche Einsatzgebiete und Effekte. Wünschenswert ist es, wenn der Plastische und Ästhetische Chirurg das gesamte Behandlungsspektrum beherrscht und dem Patienten eine seiner speziellen Situation angemessene Lösung anbieten kann.

Und das Restrisiko? Ganz ehrlich!?

Kleinschmidt: Bei jedem chirurgischen Eingriff gibt es ein Risiko. Das muss überschaubar sein und mit dem Patienten gut besprochen werden, damit er weiß, worauf er sich einlässt. Im Bereich der Liposuktion und -transplantation ist das zunächst einmal das Risiko der Blutung, auf blaue Flecke muss man sich in den ersten Tagen einstellen. Im ästhetischen Sektor im Gesicht, an den Waden und am Gesäß ist die Transplantation in der Hand des geübten Plastischen Chirurgen in der Risiko-Nutzen-Analyse deutlich positiv hinsichtlich des schönen Ergebnisses. Und im Bereich der Brust ist es von entscheidender Bedeutung, ob es sich um eine Asymmetrie nach Brustkrebs oder eine Brustangleichung oder -vergrößerung handelt. Gerade bei rekonstruktiven Brustpatienten ist wichtig, dass ich mich vor einer Verschönerungsmaßnahme mit den behandelnden Onkologen und Onkochirurgen (Fachärzte für die konservative und operative Behandlung von Krebs) ganz genau abspreche: Was war das für ein Krebs? Wie wurde er voroperiert? Wir gehen kein unkalkulierbares Risiko ein.

Welche Voraussetzungen müssen Interessenten mitbringen?

Kleinschmidt: Zuerst einmal muss ein Patient Eigenfettdepots mitbringen. Das ist bei jungen und sehr schlanken Patienten, die beispielsweise unter angeborenen Brustfehlbildungen leiden, mitunter gar nicht so einfach. Auch bei älteren, hageren Patienten kann es möglich sein, dass sich synthetische Filler im Gesicht besser eignen.

Doch in der Regel besteht hier in unseren Breitengraden kein Problem. Wir haben bislang noch für fast jeden Patienten genug Fettreserven für das Gesicht gefunden. Nach heutigen Erkenntnissen eignen sich die Bereiche am besten, an denen sich das oberflächliche Körperfett am hartnäckigsten über Jahre hält, z.B. die äußeren oder inneren Oberschenkel.

Das Verfahren boomt bei Brust-OPs, sei es zum Symmetrieausgleich, der Vergrößerung oder Neuformung. Was sagt der Fachmann?

Kleinschmidt: Mit Eigenfett ist es möglich, eine Brust ganz individuell zu konfigurieren. Das ist mit Brustimplantaten nur bedingt möglich, auch wenn sie eigens auf einen Patienten zugeschnitten sind. Man kann beide Methoden aber auch kombinieren, z.B. um die Fältelung dünner Haut über einem Brustimplantat zu kaschieren. Oft kommen auch Männer zu mir, z.B. mit Trichterbrust. In Anbetracht der Tatsache, dass eine solche Rekonstruktion lebenslang halten sollte, bevorzugen viele eine definitive OP-Methode.

Eine ganz persönliche Frage, obwohl Sie es augenscheinlich nun wirklich nicht nötig haben: Kennen Sie das Verfahren am eigenen Leib?

Kleinschmidt: (Lacht) Nein, momentan kann ich mich nur auf die sehr guten Ergebnisse meiner Patienten und den aktuellen Forschungsstand berufen. Ich würde das Verfahren für mich in Zukunft aber nicht ausschließen.

Kompetenz wächst mit Erfahrung

Dr. med. Annett Kleinschmidt ist Fachärztin für Plastische und Ästhetische Chirurgie und Fachärztin für Chirurgie. Durch die Mitgliedschaft in anerkannten Fachgesellschaften steht sie in einem kontinuierlichen wissenschaftlichen Austausch mit nationalen und internationalen Kollegen, was die Sicherung internationaler moderner Standards von Operations- und Behandlungstechniken garantiert.

Das Studium der Humanmedizin absolvierte sie an der Medizinischen Hochschule Hannover und an den Universitätskliniken Zürich, Newport Beach/ Orange County, Capetown und Peking. Die Ausbildung zur Fachärztin für Plastische und Ästhetische Chirurgie absolvierte sie im Martin-Luther-Krankenhaus Berlin unter Leitung von Dr. Dr. Bruck, in Brasilien an der Universitätsklinik USP São Paulo unter Leitung von Prof. Marcus Castro Ferreira und Prof. Fausto Viterbo und im Helios-Klinikum Emil-von-Behring unter der Leitung von Dr. Uwe von Fritschen. Hier ist sie als Oberärztin tätig. Sie bietet in den Praxisräumen des Interdisziplinären Beckenbodenzentrums in Berlin eine Privatsprechstunde für Plastische und Ästhetische Chirurgie an.

Ihr Spektrum umfasst die komplette plastisch-ästhetische Chirurgie. Die Schwerpunkte liegen in der Brustchirurgie, Bodycontouring inklusive „Mummy-Makeover“ nach Schwangerschaften, Kopf- und Gesichtschirurgie, Adipositaschirurgie und Faltenbehandlung.

Außerdem leitet sie das von ihr ins Leben gerufene Interplasthilfsprojekt in Paraguay. Dort werden nicht krankenversicherte Kinder mit angeborenen oder erworbenen Fehlbildungen ehrenamtlich von einem elfköpfigen Team operiert. ■



www.aesthetic-medics.de



OR NOT

Tabu

Krebs – beginnen wir doch gleich mit dem Begriff, der für viele in unserer Gesellschaft ein großes Tabu ist. Solange man nicht persönlich, durch Familie, Freunde oder Bekannte damit konfrontiert wird, bleibt diese Krankheit auch oft fremd und abstrakt.

Doch fast jeder kennt in seinem Umfeld Betroffene. Kein Wunder: Bei knapp einer halben Million Deutschen werden die Ärzte auch in diesem Jahr die Symptome einer Krebserkrankung finden. Egal, welches Geschlecht, egal, welche Gesellschaftsschicht. Von Napoleon I., Ludwig Thoma, Theodor Storm, Humphrey Bogart und Friedrich III., Casanova, Anastacia, Elke Heidenreich bis hin zu unseren persönlichen Verwandten und Bekannten. Das Thema betrifft uns also alle. Es ist wichtig, Menschen mit Krebs nicht alleine zu lassen. Für die eigenen Angehörigen da zu sein und sie zu unterstützen – das gelingt sicherlich jedem ganz von selbst. Aber viele fragen sich vielleicht, was sie darüber hinaus tun können.

So ging es auch Eva Kühnhold. Als ihre Mutter im Alter von gerade mal 62 Jahren starb, war sie Mitte zwanzig.

„Sie war Mama und beste Freundin in einem; immer so unglaublich herzlich und fröhlich. Für mich brach eine Welt zusammen als sie so kämpfen musste.“

Als ihre Mutter den Kampf verloren hatte, verspürte Eva Kühnhold den starken Wunsch, anderen Betroffenen Gutes zu tun.

„Ich habe nach einer Möglichkeit gesucht, Verbundenheit zu zeigen. Aktiv einen Beitrag zur Verbesserung der Situation von Krebspatienten während der Chemotherapie zu leisten.“

Damals lernte sie das Programm „Aktiv gegen Krebs“ von DKMS Life kennen, für das sie seit 2004 ehrenamtlich arbeitet. Das Wissen zur Durchführung der Kosmetikseminare für Krebspatienten hat die Geschäftsführerin einer Münchner Werbeagentur mit Hilfe von Schulungen aufgebaut.



Vor zwei Jahren verkaufte Eva Kühnhold dann die Immobilien, die ihre Mutter ihr hinterlassen hatte. Sie wollte mit dem Erbe etwas anfangen, das dem Schicksal ihrer Mutter Rechnung trägt – und gründete die Schmuckmarke mit Herz für „Krebspatienten“!

Unter dem Label Hope22 verkauft sie Schmuck und spendet dabei 5 % aller Verkaufserlöse zugunsten von Krebspatienten.

„Ich bin so vielen Menschen begegnet, die gesagt haben, dass sie sich auch so gerne engagieren möchten, aber nicht wissen wie. Die Idee ist, dass man jemandem oder sich selbst eine Freude mit einem schönen, klassischen Schmuckstück machen und gleichzeitig einen persönlichen Beitrag zur Verbesserung der Situation von Krebspatienten leisten kann.“

Die Kollektion ist aus 925er Silber gefertigt, teilweise vergoldet und mit echten Edelsteinen und Perlen besetzt. Die meisten Schmuckstücke spielen mit den Wörtern Hope, Love, Enjoy oder Friends und verbinden diese mit einem Symbol: dem Hope-Schmetterling, dem Love-Herz, der Enjoy-Sonne und dem Friends-Stern. Wer also ein schönes Schmuckstück kaufen und noch dazu etwas Gutes tun möchte, der ist auf www.hope22.com genau richtig. Uns gefällt's! ■



Eva Kühnhold



Hope22
Cancer Charity -
Supporting Jewelry

www.hope22.com

Komplett vernetzt.

Über virtuelle und wahre Freunde und wie Social Media unseren Alltag und Lifestyle ganz neu definiert

Erst vor 13 Jahren wurde das Internet für die kommerzielle Nutzung freigegeben. Was in den sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts als universitäres Kommunikationsnetz begann, ist heute für Millionen von Menschen ein alltägliches Instrument für Arbeit, Ausbildung und vor allem für Freizeit geworden. Soziale Netzwerke haben eine neue Ebene in unsere sozialen Beziehungen gebracht. Das Mitteilungsbedürfnis und die Bereitschaft, Details aus dem Privatleben mit Hunderten von Menschen zu teilen, sind enorm gestiegen. Das „Internet zum Mitmachen“ bietet ganz neue und ungeahnte Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden. Mittlerweile sind viele Menschen fast rund um die Uhr erreichbar. Jeder kann per SMS, E-Mail oder Telefon mitteilen, was er gerade wo mit wem und warum macht. Ob Facebook, Twitter oder Xing: Immer weniger Menschen können sich dem Sog sozialer Netzwerke entziehen – wie denn auch?! Facebook hat im vergangenen Jahr längst die Schallgrenze von einer Milliarde Nutzern durchbrochen. Wäre Facebook ein Land, würde es auf die Einwohner bezogen nach China und Indien das drittgrößte Land der Welt sein!

Knapp 600 Millionen Accounts sind täglich auf Facebook aktiv. Jeden Tag publizieren die Mitglieder rund 6 Milliarden Nachrichten und laden monatlich über 3 Milliarden Bilder

auf die Plattform hoch. Gründe dafür, dabei zu sein, gibt es viele. Für Jugendliche ist wohl am wichtigsten, sich nicht allein zu fühlen. Studenten verabreden sich mit ihren Freunden oder schwatzen schreibend. Wieder andere halten den Kontakt zu Freunden und Familie im Ausland. Und wer glaubt, dass die meisten User pickelige, pubertierende Nerds sind, der irrt gewaltig. Allein in Deutschland ist das Durchschnittsalter der Facebooknutzer bei knapp 40 Jahren und die am schnellsten wachsende Gruppe sind 55- bis 65-jährige Frauen!

Warum kann man sich dem Ganzen kaum noch entziehen? Wir leben in parallelen Gesellschaften, in uncommon communities, in ungeselligen Gesellschaften, in unheimlichen

Ein kleiner Vergleich

Um 50 Millionen Nutzer zu erreichen, benötigte:

das Radio: 38 Jahre

das Fernsehen: 13 Jahre

das Internet: 4 Jahre

der iPod: 3 Jahre

Facebook: nach 9 Monaten über 200 Millionen User!

Heimen. Da kann das Netz eine neue Heimat bieten, eine neue Gemeinschaft von Freunden. Im Netz kann der Mensch sich die Identitäten „leihen“ oder „entwerfen“, die ihm die Wirklichkeit verwehrt, dabei läuft er keineswegs Gefahr, seine eigene Identität zu verlieren.

Ganz im Gegenteil, das virtuelle Netz-Ich macht vieles möglich. Das Internet macht alle gleich und überwindet Grenzen. Früher war man Gefangener der Statistik – lebte in einer Stadt und hatte sehr begrenzte Möglichkeiten, jemanden darüber hinaus kennenzulernen. Da waren soziale Barrieren, Klassenbarrieren, Geldbarrieren. Man konnte nur mit Leuten

aus dem engsten Umfeld in Beziehung treten und war lokal gebunden. Über das Netz begegnen wir nun Menschen aus anderen Städten, Ländern, Kontinenten, Religion- und Kulturkreisen. Durch die verschiedenen Optionen, eine Identität zu wählen, wächst auch die Lust an der eigenen Identität. Man kann sich zu seinen Interessen bekennen und findet weltweit Gleichgesinnte.

Aber hat man nun mit realen oder mit virtuellen „Freundschaften“ zu tun? In Zeiten von Facebook & Co. ist der Begriff „Freund“ fast inflationär geworden. In den sozialen Netzwerken haben Menschen Hunderte von

angeblichen „Freunden“, die meist nur Bekannte sind. Ein durchschnittlicher Facebookuser hat 130 Freunde. Im Laufe der Zeit häufen wir mehr und mehr globale Freunde an. Der Mensch ist nun mal kein Einzelgänger, auch wenn es da sicher Ausnahmen gibt. Das Internet verbindet und die Währung in dieser virtuellen Welt sind Kontakte. Was früher dicke Kladden wie „Meine Schulfreunde“ waren, sind heute soziale Netzwerke. Deshalb spricht man nicht mehr von audiovisuellen Medien, sondern von sozialen Medien. Fast jeder flüchtige Kontakt wird sofort im großen, digitalen und öffentlichen Poesiealbum vor den Augen der Welt publiziert.

Ist das das Ende der Privatheit und der wahren Begegnungen? Amerikanische Studien belegen, dass der Mensch im Schnitt täglich bis zu achteinhalb Stunden auf den Bildschirm starrt, sei es PC, Mobiltelefon oder Internet, oft aber auch alle drei gleichzeitig, dafür kommuniziert er nur ca. eine Stunde direkt. Der Mensch hat sich zu einem „Ferntier“ entwickelt. Die Befriedigung erfolgt nicht mehr durch die direkte Erfahrung.

Braucht man dann noch überhaupt „echte“ Freunde? Das Wissenschaftszentrum für Sozialforschung vermeldet, dass jeder Deutsche im Schnitt 3,3 Freunde hat, aber was bedeutet Freundschaft heute? Freunde sind sich meist vom Wesen her ähnlich, haben verbindende

Hobbys und Interessen, teilen gemeinsame Ansichten und wenn es sein muss, helfen sich aus der Patsche. Klar, das Internet ermöglicht es, sich in Echtzeit über Freunde zu informieren, aber zu einer echten Freundschaft benötigt man mehr als ein paar Wortwechsel spätabends per SMS oder kurze Statusmeldungen über den Gemütszustand. „Wahre“ Freundschaften zu pflegen, kostet Zeit und Energie – ein knappes Gut in heutiger Zeit, das in großen Teilen für Beruf, Familie und Partnerschaft reserviert

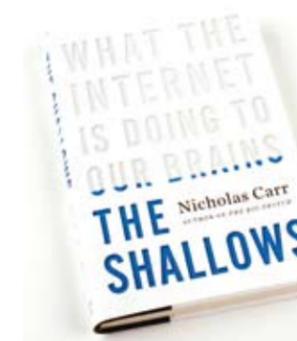
Müssen wir uns also vom Konzept der realen Beziehungen endgültig verabschieden?

ist. Und wie überhaupt unterscheiden zwischen dem großen Kreis an eigentlich „Unbekannten“, den Kollegen, dem Freundeskreis, der

Handvoll guter Freunde und der persönlichen Beziehung zu einem ausgewählten Menschen? Müssen wir uns also vom Konzept der realen Beziehungen endgültig verabschieden? Was bringt die Zukunft? Eine Offline-Bewegung ist aktuell in Mode, wie zahlreiche Publikationen beweisen. Viele haben das Gefühl, ihre Zeit im Web zu verschwenden. „Von Facebook wird in fünf bis sechs Jahren keiner mehr reden“, so der Trendforscher Matthias Horx. Vielleicht werden soziale Netzwerke in einigen Jahren auch nicht mehr den Zeitgeist treffen und aus dem Internet gänzlich verschwinden. Aktuell ist Social Media mit seinem Vorzeigekind Facebook in unserer Gesellschaft jedoch so präsent wie noch nie. Sie können es „ liken“ oder auch nicht!

Schöne neue Welt? Den Menschen stellen sich heute viele neue Fragen: Wie verändert das Internet unser Denken, unsere Gedanken? Hört der Mensch zu denken auf, wenn Maschinen dies für ihn übernehmen? Verliert der Mensch durch den ständigen Rückgriff auf Daten die Möglichkeit des Erinnerens? Verarmt unsere Sprache?

Die Redaktion empfiehlt: „The Shallows“ – in seinem Buch beschreibt Nicholas Carr seine persönlichen Erfahrungen als Autor und intensiver Internetnutzer und vermittelt die wichtigsten wissenschaftlichen Erkenntnisse zu diesem Thema.



Nicholas Carr

„The Shallows: What the Internet is Doing to Our Brains“

ISBN: 978-0393339758
Norton Verlag

„Wer bin ich, wenn ich online bin...: und was macht mein Gehirn solange? – Wie das Internet unser Denken verändert“

ISBN: 978-3896674289
Karl Blessing Verlag



The Vintage Luggage Trophy - die Ausfahrt „exklusiver Fahrzeuge und ihrer Freunde“ fährt auch diese Jahr wieder Ende April Richtung Sylt (alle Infos zur Anmeldung: www.thetrophy.de) BARNERT'S MAGAZINE ist mit dabei. Sehen und staunen: Die schönsten Eindrücke in Wort und Bild gibt es in Ausgabe 2.



Boote - und ewig lockt Venedig. Der etwas andere Bericht über eine Stadt, in der sich selbst ordinäre (Wasser-)Taxis mit Riva-Booten messen können: Venedig. Vom Wasser aus gesehen!



Frischer Wind für erneuerbare Energien. Jede fünfte Kilowattstunde wird in Deutschland mittlerweile aus erneuerbaren Energien erzeugt. BARNERT'S MAGAZINE zeigt Gewinner und Verlierer.

BARNERT'S MAGAZINE

Herausgeber, Verlag
BARNERT & COMPANY GmbH,
Schumannstr. 1a, 81679 München
Tel +49 (0)89 41 35 35 00, Fax +49 (0)89 41 35 35 01
www.barnerts-magazine.de,
contact@barnerts-magazine.de

Redaktion
BARNERT & COMPANY GmbH,
Schumannstr. 1a, 81679 München

BARNERT'S Magazine
Tel +49 (0)89 41 35 35 00, Fax +49 (0)89 41 35 35 01
www.barnerts-magazine.de,
contact@barnerts-magazine.de

Verleger
Oliver Barnert,
o.barnert@barnerts-magazine.de

Chefredakteurin
Magdalena Jowita Marzouk, M.Sc.,
j.marzouk@barnerts-magazine.de

Stv. Chefredakteur
Martin Haag,
m.haag@barnerts-magazine.de

Redaktion
redaktion@barnerts-magazine.de

Korrektorat
Janina Vierheller

Designkonzept, Gestaltung, Grafik, Bildtechnik
ANDRÉ BERGÉ DESIGN,
Streiterstr. 8, 85049 Ingolstadt
Tel +49 (0)841 48 22 82
andy@berger-design.com, www.berger-design.com

Verlagsleitung
Oliver Barnert,
o.barnert@barnerts-magazine.de

Vertriebsleitung
HM Vertriebsmanagement
vertrieb@barnerts-magazine.de

Abonnements- und Einzelheftbestellung
BARNERT & COMPANY GmbH,
Schumannstr. 1a, 81679 München
Tel +49 (0)89 41 35 35 00, Fax +49 (0)89 41 35 35 01
www.barnerts-magazine.de,
contact@barnerts-magazine.de

Abonnementpreise
4 Ausgaben € 36 | Einzelpreis € 9 (Ausland plus Porto)

Erscheinungsweise/Copyright
Erscheint viermal pro Jahr,
Copyright für alle Beiträge bei Barnert & Company GmbH

Druck
TENGLER Druck GmbH,
Hebbelstr. 57, 85055 Ingolstadt
Tel +49 (0)841 95 477-12, Fax +49 (0)841 95 477-612
print@tengler.de, www.tengler-druck.de

Anzeigenmarketing
HM Vertriebsmanagement,
anzeigen@barnerts-magazine.de

Titelrechte
BARNERT'S MAGAZINE

ISSN 2195-3759

Jeder Nachdruck, auch auszugsweise, ist nur mit Erlaubnis des Verlages und der Redaktion gestattet. Für unaufgefordert eingesandte Text- und Bildsendungen kann die Redaktion keinerlei Haftung übernehmen.

Bildrechte
Titelbild (iStockphoto), S. 3 (B.M.), S. 4, 5 (1 x Bentley Media, 1 x Christoph Schwarz, 1 x Peter Mac Diarmid via Somersethouse, 1 x iStock), S. 6, 7 (5 x B.M., 1 x iStockphoto, 1 x Fotolia), S. 8 bis 13 (10 x Christoph Schwarz, 1 x Triumph), S. 14, 15 (Esther Erl), S. 16, 17 (1 x Wiesmann, 2 x B.M.), S. 18, 19 (1 x Fotolia, 3 x Andrea Kehl), S. 21 (Fotolia), S. 22, 23 (1 x Fotolia, 2 x Peter Mac Diarmid via Somersethouse), S. 24 bis 27 (1 x Fotolia, 4 x The Duke), S. 28 (3 x Targetti Poulsen England), S. 29 (Fotolia), S. 30 bis 33 (5 x Arnd Veuskens/bigshrimp) S. 34 bis 36 (4 x Bentley Media), S. 37 (iStockphoto), S. 38 bis 41 (5 x Weinromantikhotel Richterhof), S. 42, 43 (5 x La Cucina), S. 46, 47 (1 x Withings Mediakit, 4 x Bosch Deutschland, 2 x Leica Deutschland, 1 x PAL-V, 2 x B.M., 1 x MOEN, 1 x Spot LLC.), S. 48, 49 (1 x Alexander Schaul, 1 x Fotolia, 2 x iStockphoto), S. 50, 51 (6 x Kim Sang), S. 52, 53 (???), S. 54, 56 (2 x Fotolia), S. 57 (Fotolia), S. 58 bis 61 (B.M.), S. 62, 63 (2 x Fotolia), S. 64 bis 67 (4 x Fotolia), S. 68, 69 (???, 1 x Apple, 1 x Bentley Media), S. 70, 71 (Jürgen Langer), S. 72, 73 (Fotolia), S. 74, 75 (1 x Jürgen Kestler, 1 x Fotolia), S. 77 (Fotolia), S. 78 bis 81 (1 x Fotolia, 1 x iStock, 1 x Dr. Kleinschmidt), S. 82, 83 (5 x Hope22), S. 84, 85 (10 x Orman Clark, 1 x Amazon.de), S. 86, 87 (1 x The Vintage Luggage Company, 3 x Fotolia, 1 x B.M.)

BARNERT & COMPANY GMBH | HONORARBERATUNG PRÄSENTIERT



EINE ALPSOLUTION PRODUKTION | KAMERA UND REGIE TOBIAS BSCHOR UND KORBINIAN WANDINGER

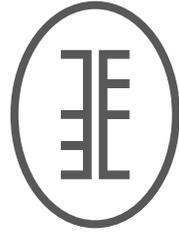
THE MISSION

ANDRÉ DALLA VALLE | OLIVER BARNERT
AREFEH NOURBAKHSHYAN | MAGDALENA JOWITA MARZOUK



WWW.WATCH-THE-MISSION.DE





LEINFELDER
GOLDSCHMIEDE
MÜNCHEN



KUNST DIE BERÜHRT
www.leinfelder-goldschmiede.de