



Täglich UNSER ANGEBOT Hier finden Sie Tipps, Trends und aktuelle Termine	Heute LEBENSART Modewelten: Wir stellen die Jury vor	Dienstag GESUNDHEIT Kinder sind heute anders krank	Mittwoch VERBRAUCHER Sparen für den Nachwuchs	Donnerstag HAUS & GARTEN Die Qual der Wahl bei den Seerosen
---	---	---	--	--

Der erste Schritt auf dem Weg zum Model

Die Jury der Aktion Modewelten 2011 hat eine Vorauswahl getroffen, über welche Kandidaten abgestimmt wird. Nun sind Sie dran!

Aachen. Es gab Aufnahmen mit exotischen Tieren, es gab Aktfotos, es gab ganze Gruppenabbildungen: Was die Jury der Zeitungsverlags-Aktion Modewelten 2011 bei ihrer ersten Zusammenkunft erwarten würde, davon hatte wohl keine der sechs Personen eine genaue Vorstellung.

Nur die Aufgabe war klar definiert: Aus allen Kategorien, immerhin zwölf an der Zahl, sollte eine Vorauswahl von jeweils drei Kandidaten getroffen werden, die dann in die Online-Abstimmung (ab 4. Juli) für unsere Leserinnen und Leser gehen. Zwölf Kategorien deshalb, weil aus jeder der sechs Altersgruppen, wie etwa Baby, Grown ups oder Best Ager, sowohl



Es ging ernst zu, es ging spaßig zu: die sechs Jury-Mitglieder, Visagistin Malu Wilz, Klaus Geuppert von aamo, Fotograf Wilhelm Leisten-Lorent, Friseur Paco Comino Lopez, Gabi Rehfish-Schmitz von SinnLeffers sowie unsere Redakteurin Sabine Kroy (v.r.n.l.) bei der Vorauswahl. Fotos: Heike Lachmann



ein weiblicher als auch ein männlicher Gewinner gekürt werden. Über den Weg dorthin gab es allerdings einige Diskussionen. Was nicht überraschend war, denn jeder Juror hatte seinen eigenen (beruflich bedingten) Blickwinkel. „Gute Proportionen“, lautete ein Kommentar von Fotograf Wilhelm Leisten-Lorent. „Gutes Gesicht zum Schminken“, bewertete Malu Wilz die eine oder andere Kandidatin. Und bei Fotos besonders attraktiver Bewerberinnen kam den männlichen Juroren auch schon mal ein begeistertes „Mein lieber Schwan“ über die Lippen.

264 Bewerbungen

264 Amateur-Models mussten gesichtet werden, teilweise hatten die Kandidaten bis zu sechs Fotos eingereicht. Es gab Kategorien, wie zum Beispiel „Kinder männlich“

oder „Grown ups weiblich“, da schnellten alle sechs Hände bei der Abstimmung geschlossen in die Höhe. Dann gab es andere („Babys weiblich“, „Young fashion weiblich“ oder „Best agers weiblich“), die entfachten hitzige Diskussionen. Obwohl die Geschmäcker verschieden sind, ließ sich der eine oder andere Juror mit starken Argumenten aber durchaus überzeugen, so dass letztlich die Entscheidung immer in großer Übereinstimmung erfolgte.

Auch gab es den Fall, dass ein einziger Juror auf ein „Talent“ hin-

wies, das seinen Mitentscheidern gar nicht weiter aufgefallen wäre und das nachher zum Top-Favori-

ten erklärt wurde. So viel kann man sagen: Es handelte sich um die Kategorie „Kinder männlich“.

Rom-Reise als Hauptpreis für die Online-Wähler

Sie entscheiden: Das Online-Voting für unsere Leserinnen und Leser startet am **4. Juli** auf unseren Internet-Portalen www.az-web.de/ www.an-online.de.

Auf einer Spezialseite in unserer Zeitung stellen wir am kommenden Samstag alle 36 Finalisten vor.

Das Abstimmen lohnt sich: Unter allen Teilnehmern, die online für einen Kandidaten abstimmen, verlosen wir als Hauptpreis eine Wochenendreise für zwei Personen nach Rom von Mondial Tours SA, inklusive Flug, zwei Übernachtungen in einem edlen Vier-Sterne-Hotel sowie eine Stadtführung.

Die mit großem Abstand stärkste Kategorie von der Anzahl der Bewerbungen war übrigens mit über 70 Teilnehmerinnen „Young Fashion“ für 16- bis 25-Jährige, dicht gefolgt von „Kinder weiblich“ für Vier- bis 15-Jährige. „Es ist erstaunlich, wie viele sich beworben haben, wie viele tolle Fotos und Models wir gesehen haben“, resümierte Malu Wilz am Ende des Jury-Treffens. Und Paco Comino Lopez ergänzte: „Interessant war außerdem, dass wahnsinnig viele unterschiedliche Typen dabei waren.“ Seien Sie gespannt! (red)

DIE JURY STELLT SICH VOR

Malu Wilz, Aachener Visagistin: „Ich fand die Idee toll, einen Modelwettbewerb mal in Aachen zu veranstalten. Nach jahrelanger, sehr guter Zusammenarbeit mit dem Zeitungsverlag wusste ich, dass das ein großartiges Projekt wird.“

Klaus Geuppert vom Aachener Modengeschäft aamo: „Als ich von der Aktion gehört habe, war ich sofort überzeugt. Das Thema Mode nach vorne zu bringen, ist mir schon immer ein Anliegen gewesen.“

Paco Comino Lopez, Friseurmeister: „Die Aufgabe eines Jurors hat mich gereizt, weil ich mich einfach gerne mit den schönen, ästhetischen Dingen des Lebens beschäftige, wie eben Frisuren, Mode, Models etc.“

Gabi Rehfish-Schmitz, Abteilungsleiterin im Modehaus Sinn Leffers: „Als Unternehmen begeistern wir uns per se für Mode. Als ein führendes Haus am Platz ist es für uns selbstverständlich, dass wir uns beteiligen.“

Wilhelm Leisten-Lorent, Fotograf: „Für mich ist das nicht alltäglich, mit Laien zu arbeiten. Es reizt mich als Fotograf, das Optimale aus ihnen herauszuholen und über Begeisterung und Motivation schöne Fotos zu bekommen.“



Ein pffiger Evergreen für jeden Anlass

Für einen seriösen Auftritt im Job ist ein **Etuikleid** genau das Richtige: adrett, dezent, aber nicht langweilig!

VON MANJA GRESS

Berlin. Wer sich im Job einer vorgeschriebenen Kleiderordnung unterwerfen muss, sollte diesen Zustand positiv sehen: Die verzweifelte Suche nach dem passenden Outfit – für viele Frauen ein unliebsames, tägliches Ritual – ist oft viel einfacher. Und Mode für den Job ist alles andere als langweilig: Vor allem der Evergreen, das Etuikleid, ist aktueller, pffiger und interessanter denn je – mit vielfältigen Schnittführungen, tollen Farben und aufreizenden Details.

Hier trifft der gern bemühte Spruch „Kleider machen Leute“ voll ins Schwarze: Ein Businesskleid verleiht seiner Trägerin eine kompetente, selbstsichere und seriöse Ausstrahlung. Das Etuikleid schmiegt sich einerseits eng um den Körper und zeichnet die Kur-

ven nach. Dabei ist es andererseits in der Regel lang genug und mit geradem oder ovalem Ausschnitt hochgeschlossen genug, um angemessen für den Arbeitsalltag zu sein. Die Form des Kleides steht im Vordergrund, meist hat es wenig Details und Applikationen und

„Außerdem lassen sich wunderbar farbige Strumpfhosen kombinieren – das liegt absolut im Trend.“

INGO BRACK VON DER MODESCHULE ESMOD IN MÜNCHEN

wirkt daher dezent. Lange trugen Frauen, die einer beruflichen Beschäftigung nachgingen und seriös gekleidet sein mussten, mindestens knielange Röcke, die sie mit Bluse und Jackett kombinierten.

1954 entwarf Designern Coco

Chanel auf Basis dessen ihre Kombination aus engem Rock und gerader Jacke ohne Kragen und einreihigen Goldknöpfen: das Chanel-Kostüm.

Dessen schnörkelloser Stil findet sich im Etuikleid wieder, das erstmals schon in den 30er Jahren in Mode kam, aber erst in den 60er Jahren von Trägerinnen wie der US-Schauspielerin Audrey Hepburn und Präsidenten-Gattin Jackie Kennedy berühmt gemacht wurde. „Alles muss sehr lässig und optimistisch wirken – selbst im Business“, erklärt die Trendexpertin Elke Giese. Wer mag, kann heute daher ein Etuikleid bekommen, das nicht mehr eng am Körper anliegt.

Auch die Stoffwahl hat sich verändert. Lange war der Tweedstoff erste Wahl für Businesskleider und -kostüme. Heute sieht man das Etuikleid auch aus Seidenchiffon oder Viskose, selbst weiches Nappa- und Veloursleder wird verarbeitet. Die Details des der Idee nach absolut schlichten Kleides

müssen nicht, aber können heute aufwendiger sein. Doch trotz aller Möglichkeiten, noch immer findet man in den meisten Kollektionen die schlichten Varianten mit dezenten Farben ohne Schnickschnack. Denn das Schlichte lässt sich vielfältig kombinieren und mit dem richtigen Schmuck auch schnell vom Büro-Outfit zum Outfit für die Afterwork-Party gestalten.

Glamour durch High Heels

„Weil es sich eher etwas zurücknimmt, wirken auffällige Ohrringe, XL-Ketten und eine kleine, metallische Clutch-Schattulle besonders edel“, rät Ingo Brack von der Modeschule Esmod in München. „Außerdem lassen sich wunderbar farbige Strumpfhosen kombinieren – das liegt absolut im Trend.“

Den nötigen Glamour am Abend verleihen High Heels und Wedges, Ballerinas machen das Bürokleid freizeitauglich. (dpa)

BUCH-TIPP

Sachbuch „Welcher Wohntyp sind Sie?“

von Sven Rohde
DVA Verlag, 19,99 Euro



Jeder Mensch hat individuelle Wohnbedürfnisse. Nicht immer werden sie in den eigenen vier Wänden befriedigt. Unergründliches

Unwohlsein oder Stress können die Folge sein. Sven Rohde befasst sich in seinem Buch „Welcher Wohntyp sind Sie?“ mit Wohn- und Architekturpsychologie und erklärt, wie man sein Haus oder seine Wohnung zu einem Wohlfühl-Zuhause machen kann.

IN KÜRZE



► Bei T-Shirts sind in diesem Sommer kräftige Farben und ausgefallene Aufdrucke gefragt. Weibliche Kunden würden derzeit zu Pink, Türkis oder

Orange greifen, berichtet die Fachzeitschrift „Textilwirtschaft“. Aber auch bei Männern seien starke Farben beliebt. Frauen würden gerne zu Motiven mit Schriftzügen und Silber, Glitzer oder kleinen Steinen greifen.



► **Treue ist** für die Deutschen der wichtigste Grundstein einer guten Beziehung. Dieser Meinung sind fast zwei Drittel, wie eine repräsentative GfK-Umfrage ergeben hat (Männer: 64 Prozent, Frauen: 65 Prozent). 2001 bewerteten 65 Prozent beider Geschlechter Treue als wichtigstes Kriterium. Stärker in den Vordergrund gerückt sind für Männer und Frauen heute intensive Gespräche (2011: 52 Prozent, 2001: 46 Prozent) sowie mehr Freiheiten für den Partner (2011: 46 Prozent, 2001: 36 Prozent). An Bedeutung verloren haben unbedingtes Vertrauen und Ehrlichkeit (2011: 61 Prozent, 2001: 76 Prozent).



► **Flache Gehäuse** und schlichte Optik: Die Uhren in dieser Saison sind auf das Wesentliche beschränkt. Statt wie zuvor lange Zeit mit optisch auffälligen

Uhren am Handgelenk zu prahlen, lege man nun eher Modelle mit dezenten Ziffernblättern an, so der Bundesverband Schmuck + Uhren. Viele Modelle haben beispielsweise einfach nur drei Zeiger, aber keine Ziffern oder sonstige Elemente auf dem Ziffernblatt. So viel Zurückhaltung gibt es aber nicht bei den Farben: Neben Schwarz, Braun und Weiß finden sich auch immer mehr quatschbunte Modelle.



► **Für viele Männer** sind Hemden am Arbeitsplatz Pflicht. Farbe ist dabei durchaus erlaubt. Auch Streifen oder Karos sind in Ordnung. Es gilt allerdings die Regel: „Je offizieller der Anlass, umso weniger Muster“, erklärt die Etikette-Trainerin Bettina Geißler.

KONTAKT

Service-Redaktion:
(montags bis freitags, 10 bis 18 Uhr)
Tel.: 0241/5101-431
Fax: 0241/5101-360
s.kroy@zeitungsverlag-aachen.de