

PASST NICHT



FOTO: REUTERS

Schauspielerin Kierston Wareing am Filmfestival in Cannes

Vielleicht hätte Kierston Wareing an diesem lauen Frühlingsabend in ihrem Hotelzimmer in Cannes einen Moment innehalten sollen – als sie vor dem Kleiderschrank stand und ihre Robe für den Abend auf dem roten Teppich auswählte. Denn Frau Wareing spielt im eben ausgezeichneten Film «Fish Tank» mit. Und mit Fischtank assoziiert der Zuschauer ungefähr was? Fische. Genau. Zappelnde, glitschige, glänzende Fische. Warum also entschied sie sich ausgerechnet für ein Kleid, in dem sie selber aussieht wie eine frisch gefischte Sardine? In dieser besonderen Repräsentantinnenrolle hätte es definitiv etwas Dezenteres sein müssen. Vielleicht etwas Schwarzes, Graues oder so. Oder ein frisches Türkis (wie das Meer), höchstens vielleicht ein korallenfarbenes Etuikleid. Aber eben nicht die Findet-Nemo-Variante. Wir können an dieser Stelle nur noch von Glück reden, hat sie wenigstens auf Netzstrümpfe verzichtet. (MBO)

MEINE AGENDA

André Reithebuch, Mister Schweiz 2009



«Am Dienstagabend gehe ich mit Freunden aus. Ein gediegener Herrenabend im «Route 66» in Glarus. Wenn es schön ist, können wir sogar draussen sitzen. Mehr als ein Bier liegt aber nicht drin, ich bin mit dem Auto unterwegs – und muss morgens früh raus. Dann wird nämlich mein neues Power Plate installiert.»

GOSSIP

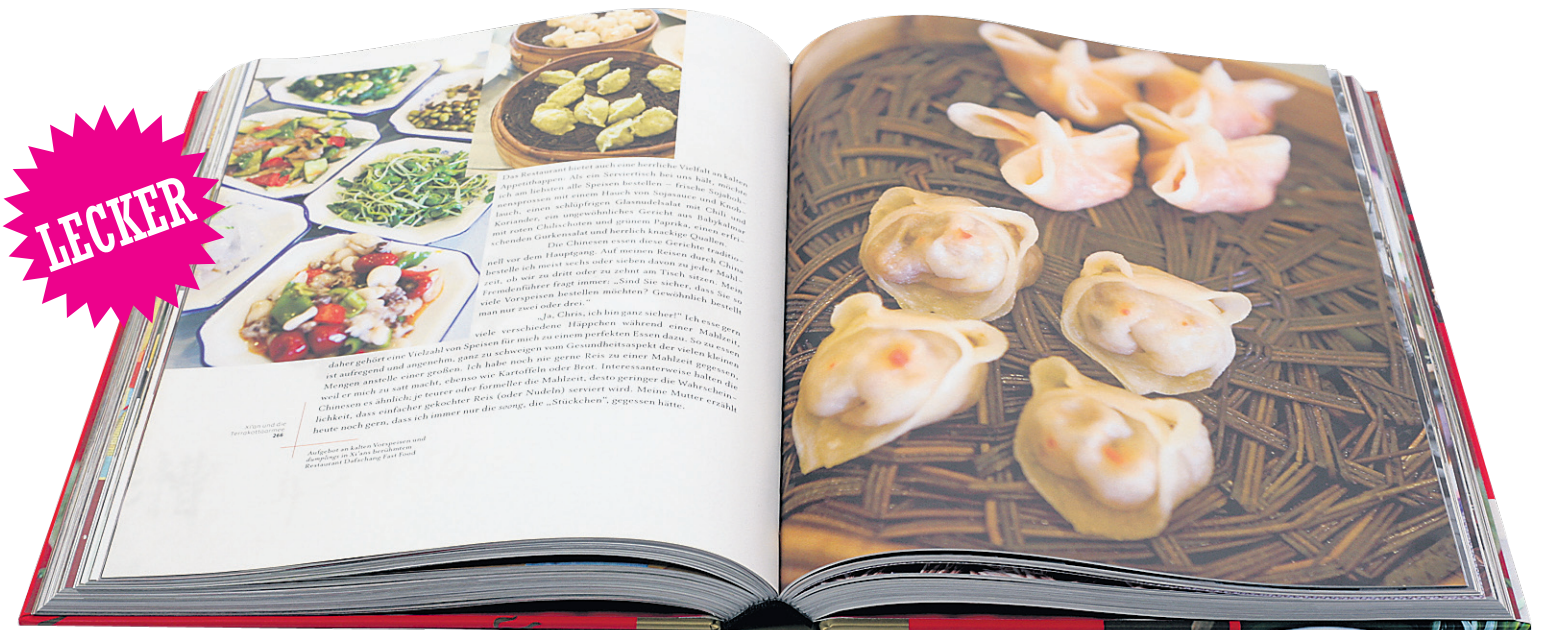
Sie ist die Vorzeige-Arbeiterin in Sachen Glamour.

Eben schickt Heidi Klum ihre Modellschäfchen wieder in die letzte Germanys-Next-Topmodel-Runde, und auch sonst strahlt sie derzeit auf allen Hochglanzkanälen. Die «Vogue» widmet ihre Juni-Ausgabe ganz Heidi. Da ist Heidi in Schwarz-Weiss mit Katzenaugen und Heidi mit eingedrehter, rotbrauner 40er-Jahre-Frisur. Heidi als Diva, Heidi als Naturmädchen, Heidi als Citygirl. Wenn wir nicht bloss hinter jedem Heidi-Bild dieses Teufelchen sehen würden, das – in unserer Vorstellung natürlich nur – in Heidi drinsitzt und «sexy, sexy, sexy» schreit. Wir stellen uns das hilfreich vor, aber anstrengend. Und Anstrengung ist eben Gift für Glamour. Der soll ja leicht sein, hingehaucht.

Hingehaucht hingegen hat der «Playboy» die Supermodels der Neunziger, und zwar auf das Cover seiner Juni-Ausgabe. «Guck mal Heidi!», steht da geschrieben, und: «Die wahren Supermodels». Seht euch vor, ihr Busenfreunde der alten Schule. Sonst kommt das sexy, sexy, sexy Teufelchen. (KK)

Endlich authentisch

88 Originalrezepte aus China



LECKER

Kylie Kwong, 1969 in Australien geboren, hat sich als Gastronomin, Fernsehköchin und Autorin einen Namen gemacht. Ihr jüngstes Werk «China. Die 88 Köstlichkeiten» (Christian Verlag, 71 Franken) wurde mit dem World Cookbook Award für «das beste chinesische Kochbuch der Welt» ausgezeichnet. Ein verdienter Titel: Mit über tausend stimmigen Fotos von Simon Griffiths führt die ultimative, 500 Seiten dicke kulinarische Bibel durch die Pfannen aller Regionen des Landes und macht endlich möglich, auch in der Schweiz authentisch chinesisch zu essen. Nicht im Lokal, aber dafür daheim. Nach Kwongs Rezepten. (KOE) www.kyliekwong.org

FOTO: NICOLAS AEBI



Balsam für die Füsse

Clarins-Crème bringt Sommerfrische

Und plötzlich kommen sie wieder ans Licht, die Füsse. Höchste Zeit für eine ordentliche Pedicure, sei es beim Profi oder daheim. Wer selbst Hand anlegen will, greift zur Fusscreme von Clarins. Die verspricht Sommerfrische dank Pflanzenextrakten. Also, säbelte und ab in die Sandalen! Ab 39 Franken im Fachhandel. (KR)

Allzwecktasche mit zeitloser Anmutung

Die Elena Bag von Griesbach kennt kein Alter

Das Handtäschli der Grossmutter stand Pate beim Entwurf der Elena Bag des Taschenlabels Griesbach. «Darum der Retro-Touch,» sagt Katka Griesbach. Hinter der klassischen Fassade steckt aber ein wahres Multitalent. «Aufgeklappt kommt die Elena Bag als Shopper zum Einsatz, umgeklappt als Clutch und mit Trageriemen als Umhängetasche.» Eine Tasche für alle Generationen und Lebenslagen. Ab 620 Franken. (KR) www.griesbachweb.com



Traumhaft schön

Spezieller Ohrschmuck von 3POL in Zug

In Indien gilt er als Juwel, das schöne Träume bringt: der Mondstein. Goldschmied André Schweiger fasst ihn mit einer silbernen Blume, die er zusätzlich mit einem Saphir dekoriert. Diese Kombination schmückt unsere Ohren – und beschert vielleicht sogar traumhafte Momente. Ab 870 Franken bei 3POL in Zug. (KR)

Wo Girls ihren Burberry kaufen

Natalie Massenet verkauft auf theoutnet.com High Fashion mit bis zu 70 Prozent Rabatt

Theoutnet.com, das ist der Online-Shop mit Mode und Accessoires von über 200 Designern, von A wie Alexander McQueen bis Z wie Zac Posen mit bis zu 70 Prozent Rabatt. Kaum eine Mode-Website hat schon im Vorfeld derart für Furore gesorgt. Das Echo der Presse nach dem Launch ist überwältigend: Die amerikanische «Harper's Bazaar» findet theoutnet.com «genial», die «New York Times» ruft «scharfsichtig», und «InStyle» nennt die Site «das hippeste Fashion-Outlet aller Zeiten».

Der Grund für die Euphorie ist hübsch, brünett und äusserst erfolgreich: Natalie Massenet, die 43-jährige Unternehmerin, die hinter dem neuen Mode-Outlet steckt. Sie leitet hauptberuflich das erfolgreichste Fashion-Portal, netaport.com, dessen Sorti-

ment als zuverlässiger Trend-Barometer gilt.

Wer jetzt glaubt, dass Natalie Massenet mit der Auslagerung des Sale-Bereichs ihrer Hauptsite auf theoutnet.com bloss Ladenhüter loswerden will, täuscht sich. Stücke von Christian Louboutin, Chloe, Stella McCartney und fast 160 weiteren Designern warten hier auf neue Besitzerinnen. «Unsere Kundin fühlt sich zu hochwertig verarbeiteten Produkten hingezogen», erklärt Massenet.

Outnet ist jünger und frischer als die Hauptseite Net-à-Porter

Die ehemalige Stylistin und Modejournalistin führt seit 9 Jahren erfolgreich ihr Fashion-Imperium. Sie kann den Unterschied zwischen der Stammkundin auf netaport.com und



Erfolgreich: Natalie Massenet, 43

der Schnäppchenjägerin des Outnet genau definieren: «The Outnet ist für Frauen, die High-End-Design lieben, sich dieses aber (noch) nicht wirklich leisten können. Sie wollen das sagenumwobene Must-have-Stück zu einem tollen Preis ergattern.»

Und diese Must-haves gibt es seit rund zwei Wochen reichlich zu finden auf TheOutnet – vorausgesetzt, man bestellt sie rasch genug. Wer den Lack-Trenchcoat

von Marc Jacobs (herabgesetzt von 385 auf 154 Britische Pfund) entdeckt, muss schnell zugreifen.

TheOutnet ist frischer und deutlich günstiger als die Hauptseite Net-à-Porter. Ein cleverer Schachzug in einer Zeit, wo Banker-Freundinnen Selbsthilfegruppen gründen, weil sie nicht mehr wöchentlich zur Pedicure gehen können. Dass der Launch von TheOutnet ausgerechnet in der Finanzkrise stattfindet, sei aber nicht geplant gewesen. «Wir haben TheOutnet so aufgebaut, dass es nachhaltig erfolgreich sein kann», so Massenet. Ihre neuen Kundinnen überlegen derweil, wie sie den Kauf des Jäckchens von Burberry Prosum (60 Prozent Rabatt, nur noch 1352 Pfund!) rechtfertigen können. «It's chic-onomics!»

STEFFI HIDBER