FASHION INTERVIEW MAGAZINE



FIV+ *Backstage* BERLIN FASHION WEEK

fashion interview

Luisa von *Styleroulette*

Luisa, was hat Dich zu deinem Blog inspiriert? Wann wusstest Du, dass daraus dein Beruf wird?
Eigentlich wollte ich Moderedakteurin werden und habe meinen Blog nur zum Testen gestartet um mehr Übung mit dem Schreiben zu bekommen und ihn später vielleicht als Referenz zu nutzen. Erst danach kam Mode und Beauty dazu. Ich war selbst überwältigt, wie sich mein Blog innerhalb kürzester Zeit entwickelt hat. Vor ca 3 Jahren habe ich dann beschlossen, hauptberuflich zu bloggen.

Waren Mode und Beauty schon in Deiner Kindheit ein Thema?
Ich habe mich immer schon für Mode interessiert, war aber nie jemand der stur jeden Trend mitgemacht hat. Das bin ich auch heute nicht. Ich probiere gerne Neues aus, allerdings achte ich schon drauf, dass es zu meinem Typ und meinem Stil passt.

Wie siehst Du den Stil der deutschen Frauen? Fehlt Dir hier etwas?
Ich finde manchmal, dass den deutschen Frauen die Leichtigkeit fehlt. Ich kann nicht genau sagen, was es ist, aber beispielsweise die Pariser Frauen haben einen extrem unangestrengten Look, und schauen dabei immer klasse aus. Abgesehen davon ist Deutschland manchmal ein bisschen hinten nach. Trends die beispielsweise aus den Staaten kommen, werden hier viel kritischer begutachtet. Außer in Berlin, da ist alles erlaubt.

Hat sich das Modebusiness aus Deiner Sicht in den letzten Jahren verändert? Findest Du diese Veränderung positiv oder eher negativ?
Ich finde die Entwicklung absolut positiv! Man darf mehr, alle trauen sich mehr, man kann sein wer man möchte und wird immer weniger dafür verurteilt.

Deinen Blog gibt es bereits seit Ende 2009. Was ist der Unterschied in diesem Business von früher zu heute?
Früher war es mein Hobby, heute ist es mein Beruf. Auch lästige Aufgaben wie Steuern gehören zu meinem Alltag. Das war früher nicht so. Dafür habe ich heute viel mehr Möglichkeiten, ich bereise die Welt und lerne ständig neue Menschen und Kulturen kennen.

Wie ist der Umgang zu Deinen Kollegen? Entwickeln sich auch Freundschaften oder herrscht ein starker Konkurrenzkampf?
Ich empfinde meine Bloggerkollegen und Kolleginnen nicht als Konkurrenz. Im Grunde genommen wollen wir ja das gleiche und arbeiten auf ähnliche Ziele zu. Es ist toll, dass man sich austauschen kann und Erfahrungen teilt!

Du verzauberst alle mit den unglaublichen Kulissen auf den Fotos Deiner Reisen. Du beschreibst auch Deine Spontanität zu verreisen. Welche Beautyprodukte dürfen auf keiner Deiner Reisen fehlen?

Demnächst veröffntlicht Luisa ihr erstes *eBook*

Ich bin echt kein großer Beautyaddict – auch wenn man das manchmal nicht glauben mag. Immer dabei habe ich aber eine Wimperntusche und Sonnencreme – das ist besonders bei Trips in die heißen Regionen dieser Erde wichtig!

Was für ein Mensch bist Du privat? Wie würden Deine Freunde dich beschreiben?
Ich glaube, meine Freunde würden sagen, dass ich immer ein offenes Ohr habe, gut zuhören und motivieren kann. Und ich bin für jeden Spaß zu haben.

Hat sich das Modebusiness aus Deiner Sicht in den letzten Jahren verändert? Findest Du diese Veränderung positiv oder eher negativ?
Ich finde die Entwicklung absolut positiv! Man darf mehr, alle trauen sich mehr, man kann sein wer man möchte und wird immer weniger dafür verurteilt.

Hast Du ein Vorbild? Auch speziell in der Fashion-Welt? Warum?
Ich liebe es mich auf Instagram inspirieren zu lassen. Früher waren Lauren Conrad und Olivia Palermo, sowie Rachel Zoe meine Styling Ikonen.

Luisa, Du hast Deine eigene Schmuck-Kollektion entworfen. Steht in nächster Zeit wieder etwas so Besonderes an?
Momentan gehe ich eher in eine etwas spirituelle Richtung und schreibe an meinem ersten eigenen Ebook über Motivation, Schicksal und positives Denken und Handeln.

Mehr zu Styleroulette
style-roulette.blogwalk.de





high heels 2.0
Mime et moi

Drei Männer - eine Idee: Schuhe mit auswechselbarem Absatz. Wir wollten mehr über Mine et moi wissen, denn die ersten paar Schuhe haben wir schon bestellt!

Wie kamt ihr auf eure Geschäftsidee?
Die Idee entstand, als wir eines abends mit unseren Freundinnen nach dem Feiern nach Hause gelaufen sind. Ihnen taten die Füße weh und sie meinten, dass wir mal einen Schuh erfinden müssten, welchen man hoch und flach tragen kann. Danach machten wir uns an die Arbeit.

Wie viele Schuhmodelle habt ihr in eurem Sortiment?
Aktuell bieten wir unser Modell No. 1 in acht verschiedenen Farben an. Hierzu kommen noch 5 verschiedene Absatzformen in vielen verschiedenen Farben dazu. Es sollte also für jeden Geschmack etwas dabei sein. Zum Ende des Jahres sind weiter Modelle in Arbeit, welche es wieder exklusiv in unserem Onlineshop zu kaufen geben wird.

Worauf legt ihr besonderen Wert bei der Herstellung eurer Schuhe?
Bei der Fertigung unsere Schuhe ist uns jeder Schritt in der Supply Chain besonders wichtig. Wir haben unsere Partner sorgfältig ausgewählt und arbeiten sehr eng mit ihnen zusammen. Unser besonderer Schuh hat nicht nur uns, sondern auch unsere Partner stark gefordert. Übergreifend kann man sagen, Luxus ist die Liebe zum Detail.

Wo kann man eure Schuhkollektionen kaufen?
Unsere Schuhe kann man ausschließlich auf unserer eigenen Webseite kaufen, auf www.mimemoi.com.

Welcher Schuh ist euer bisheriger Bestseller?
Stand heute, hat sich unser No.1 Black und der No.1 Black&Nude sehr gut verkauft. Wir sind aber durch die Bank weg zufrieden und sind schon gespannt, welches Model in der neuen Kollektion zum Bestseller wird.

Hat sich das Modebusiness aus eurer Sicht in den letzten Jahren verändert? Wie findet ihr diese Veränderung?
Wir finden schon, dass sich das Modebusiness verändert hat. Als einen Trend sehen



Mime et moi

wir Convenience, Frauen legen Wert darauf schöne Kleidung zu tragen, trotzdem soll diese auch Funktionalität mitbringen. Desweiteren sehen wir einen starken Trend der Individualisierung, jeder legt Wert darauf, dass die Marke und der Style zur eigenen Person passt und die Persönlichkeit betont. Festgestellt haben wir auch, dass Leute sich vermehrt für Produkte interessieren, die mit Liebe zum Detail gemacht sind, Marken die eine Geschichte erzählen können und die das richtige Preis-Leistung-Verhältnis haben.

Wie seht ihr den Stil der deutschen Frauen? Fehlt euch hier etwas?
Das kann man nur sehr schwer verallgemeinern. Natürlich gibt es schrillere und farbenfrohere Länder als Deutschland. Aber die deutsche Frau muss sich international nicht verstecken. Es gibt genügend deutsche Frauen, die ein schönes Stilgefühl und guten Geschmack besitzen. Allgemein lässt sich vielleicht sagen, dass deutsche Frauen modeorientiert sind und auf klare, schöne Schnitte und Designs Wert legen.

Ihr seid auf verschiedenen Social-Media-Kanälen, wie beispielsweise Facebook, aktiv und auch erfolgreich. Wie wichtig sind heute, eurer Meinung nach, gut gepflegte Social-Media-Kanäle im Mode-Business?
Unsere Meinung nach ist das Thema Social-Media für einen Modemarke unerlässlich. Es ist ein wichtiger Touchpoint der Marke nach Außen. Hier treten wir in den Austauch mit unsere Community, hier erzählt die Marke von sich, hier wird der Brand erlebbar. Die Marke lässt sich mit den Möglichkeiten von Social-Media sehr gut visualisieren und ihre eigene Lifestyle-Welt erschaffen.

Habt ihr eine spezielle Zielgruppe, die ihr mit euren praktischen und gleichzeitig schicken Schuhen ansprechen wollt?
Unsere Zielgruppe sind Frauen aus den verschiedensten Alters- und Berufsgruppen. Zu unseren Käuferinnen zählen: Studentinnen, denen unser Design gefällt und unser Schuh der perfekte Begleiter für gute Parties ist. Junge, modebewusste Frauen „on the Job“ und Mütter, welche auch im Alltag gut aussehen möchten und unsere Schuhe als stilvolles Accessoire schätzen. Zu guter Letzt noch unsere Power Frauen jeden Alters, die schon viele Schuhe in ihrem Leben getragen haben. Hier überzeugen wir mit schönem Design, Funktionalität und Qualität.

Was sind eure Ziele mit Mime et moi für die nächsten Jahre?
Frauen glücklich machen!

Mehr zur Mime et moi
www.mimemoi.com

Vicky Wanka

Vicky ist full-time-Bloggerin und berichtet mehrmals wöchentlich auf ihrem Blog Vicky Wanka über ihre Outfits, Beauty-Neuentdeckungen und ihren Reisen. Mit mehr als 27.000 Follower auf Instagram und über 5000 Fans auf Facebook hat sich die Hamburgerin innerhalb kürzester Zeit eine riesen Community aufgebaut! Wir haben mit ihr gesprochen und super interessante Antworten bekommen.

Vicky, was gefällt Dir am Bloggen besonders gut? Wie kamst du zu deiner Leidenschaft?
Ich habe im September 2010 damit angefangen - aber nicht in der Form, in welcher mein Blog heute existiert. Damals habe ich noch bei einem bekannten Radio Sender in Hamburg gearbeitet und eine Kollegin hatte den Einfall, dass ich für die Homepage des Senders bloggen könnte. Ich fand die Idee anfangs etwas gewöhnungsbedürftig, weil ich mit Blogs wirklich so gar nichts am Hut hatte. Aber, hey, so kann‘s kommen. Denn schnell habe ich gemerkt, dass das Bloggen eine große Passion von mir ist. Besonders gut gefällt mir daran, dass man jeden Tag seinem Instinkt folgen kann.

Wie hebst Du dich von anderen Bloggern ab?
Mir wird immer gesagt, ich sei im Vergleich zu anderen Blogs sehr authentisch – das ist wohl mein USP. Außerdem trage ich einfach das, wonach mir ist, stürze mich selten ganz bewusst auf Trendteile. Es kommt natürlich vor, dass ich aktuelle Trends trage, ich bekomme von Leser dazu oft das Feedback, dass ich aktuelle Sachen total individuell aber trotzdem alltagstauglich kombiniere.

Mehrmals die Woche gibst Du den Lesern einen Einblick in Deinen Kleiderschrank. Was sind Deine Fashion Must-Haves und warum?
Ich persönlich trage zurzeit super gerne Jacken mit Patches, eine coole Jeans dazu und Schnürsandaletten. Einfach, weil ich mich darin diesen Sommer total wohl fühle und man mit diesen trendigen Basics nicht viel falsch machen kann, der Look gemütlich aber trotzdem sehr stylisch ist.

Du reist viel und gerne und lädst uns alle dabei zum Träumen ein. Was sind Deine Top 5 Beauty-Essentials, ohne die Du nie verreisen würdest?



Foto: (c) Vicky Wanka

Ich bin ein großer Fan von Thermalwasser zum Sprühen aus der Dose, das habe ich erst vor kurzem für mich entdeckt und definitiv immer dabei. Das Spray ist handlich und refresht perfekt. Außerdem nehme ich immer und überall einen Vorrat meiner Lieblings-Zahnpasta von Bioderma mit. Zusätzlich bin ich total Haarspray- und Trockenshampoo- vernarrt. Und meine Top 1 ist eine leichte Sonnencreme für's Gesicht. Ohne den Lichtschutz 50 gehe ich nicht vor die Tür und dann muss es natürlich ein passendes Produkt für das Gesicht sein, weil die üblichen Cremes viel zu schwer und zu fettig sind.

In Deinem Tagebuch teilst du, auf Deine ehrliche und sympathische Art, besondere Momente mit Deinen Lesern. Wie sieht ein perfekter Tag für Dich aus?
Was für eine schöne Frage! Dazu habe ich gleich zwei Alternativen anzubieten: Ein perfekter, „normaler" Tag startet bei mir, wenn ich von alleine aufwache, mich super ausgeschlafen fühle und zum Frühstücken alles im Haus habe. Dann esse ich im Bett, gucke meine Serien, mache am besten noch ein Mittagsschläfchen, bevor ich weitere acht Folgen meiner Serie gucke, um dann wieder 12 Stunden zu schlafen. Du siehst, ich bin eigentlich ganz einfach glücklich zu machen! Die zweite Alternative wäre ein Tag in Australien, entspannt am Strand mit meinen Freunden und ganz vielen Hunden, um dann Abends beim BBQ am Meer den Sonnenuntergang anzugucken.

Du erzählst von Deinen früheren Figurproblemen und gibst Tipps zum gesunden Leben, die Du aus eigenen Erfahrungen bestätigen kannst. Verrätst Du uns deine besten Tricks?
Ich hatte früher ca. 10 Kilo mehr drauf und es fiel mir unfassbar schwer, mich an einen gesunden Ernährungsplan zu halten. Der beste Trick klingt simpel: Hört auf Sport und gesunde Ernährung als „Strafe" anzusehen. Ich habe mich echt immer zwingen müssen, zum Sport zu gehen oder Salat zu essen. Eignet euch das Denken an, dass ihr eurem Körper etwas gutes tut und ihr das freiwillig macht. Da mal „schwach" zu werden, fühlt sich dann nicht gleich nach „versagen" an und ihr merkt eine viel positivere Grundeinstellung eurem Körper gegenüber.

Welche interessanten Menschen hast Du schon während der Arbeit bei Kooperationen mit Zeitungen, TV, etc. getroffen? Von wem warst Du besonders beeindruckt?
Ich habe einige Leute von nahem gesehen und getroffen, darunter auch Whitney Houston oder Naomi Campbell. Am allermeisten beeindruckt war ich allerdings von Eveline Hall. Diese Frau strahlt eine solche Zufriedenheit aus und ist eine große Inspiration für mich. Sie hat beispielsweise erst spät mit dem Modeln angefangen und entkräftigt damit eine der größten Lebensausreden überhaupt, nämlich „Ich bin zu alt für…" oder „Jetzt kann ich XY nicht mehr machen…".

Wie wichtig sind heute gut gepflegte Social-Media-Kanäle für Blogger? Wie aktiv bist Du selbst im Social-Media und wie weit teilst Du Eindrücke aus Deinem Privatleben?

Social Media ist vor einigen Jahren unfassbar wichtig geworden. Gut gepflegte Kanäle sind wie eine Visitenkarte und man sollte sie nach der Devise führen: Richtig oder gar nicht. Ich bin seit letztem Jahr sehr aktiv bei Instagram und habe in einem Jahr fast 30.000 Follower bekommen, Tendenz steigend und merke auch, dass das die Auftraggeber beeindruckt und beschäftigt und es teilweise sogar fast „egal" ist, wie viele Klicks man auf dem Blog – dem eigentlichen Kernstück meines Schaffens – hat. Das kann Fluch und Segen zugleich sein. Wenn Social Media „läuft" ist es sicher eine Bereicherung. Wenn der Blog allerdings toll läuft, man bei Insta aber beispielsweise nur 1000 Follower hat, verfälscht das den Eindruck, den man vom Blog bekommt.
Eindrücke aus dem Privatleben teile ich gerne auf allen Kanälen gemixt. Mal schreibe ich einen ehrlichen Text über meine Trennung auf dem Blog, mal schreibe ich auf Instagram, was mich gerade beschäftigt, ich bin sogar mal spontan auf Snapchat in Tränen ausgebrochen. Es ist schwer als Blogger eine Grenze zum Privaten zu ziehen. Grundsätzlich bin ich sehr offen, versuche aber trotzdem, mit meinen Texten niemanden in meinem Umfeld zu nahe zu treten, wenn ich über bestimmte Themen schreibe oder berichte.

Was würdest Du anderen Bloggern für ihren Karrierestart raten?
Seid Fleißig, lasst euch nicht von anderen beirren, immer weitermachen!

Was für ein Mensch bist Du privat? Wie würden Deine Freunde Dich beschreiben?
Ich bin immer für einen Lacher gut. Nicht, weil ich unbedingt der typische Sprücheklopfer bin, sondern weil ich ein bisschen schusselig und tollpatschig bin. An manchen Tagen ganz besonders und das ist für andere aber auch für mich sehr lustig. Außerdem würden mich meine Freunde als zielstrebig, reiselustig und als jemanden, der immer einen Rat hat, beschreiben.

Unterstützen Dich deine Familie und Deine Freunde bei Deinem Beruf als Bloggerin?
Ich bekomme viel Zuspruch und Komplimente, obwohl meine Oma, glaube ich, nicht zu 100% versteht, womit ich da eigentlich mein Geld verdiene.

Liebe Vicky, danke für das tolle Interview!

Mehr zu Vicky Wanka
vickywanka.blogwalk.de

Das Portrait mit Modefotograf Oliver Rudolph

next



Fotograf+Scout Oliver Rudolph



Oliver Rudolph, 26 Jahre jung und aus Köln, arbeitet bereits Acht Jahre als Fotograf. Seine Leidenschaft entdeckte er zufällig und somit startete er als Eventfotograf in die Branche. Nicht gerade ein einfacher Start, da oftmals eine hohe Arbeitsbereitschaft für wenig Geld erwartet wird. Dabei blieb es allerdings nicht lang. Oliver versuchte sich in anderen Bereichen der Fotografie wie Editorial, Beauty oder Commercial. Dadurch konnte er sich schnell weiter entwickeln. Hohe Ziele und Vorbilder mit einem höheren Fotografen-Niveau gehörten für ihn schon immer zu seinem Beruf. Diese spornten ihn immer wieder an und brachten ihn zu dem Standpunkt, an dem er jetzt angelangt ist.

New York, Mailand, Tokoyo, Paris & London – Fashion Fotograf Oliver Rudolph hat hohe Ziele Vor Fünf Jahren hätte er niemals damit gerecht, so schnell als Fotograf zu wachsen. Natürlich hat Oliver Rudolph auch heute noch große Vorbilder und hohe Ziele. Irgendwann möchte er nach Tokyo reisen und dort in den schönsten Locations shooten. Um Erfolg in der Fotografenbranche zu haben, wird eine hohe Leistungsbereitschaft gefordert. Oft ist eine 7-Tage-Woche Standard – viel Freizeit bleibt da kaum. Für Oliver kein Problem, denn er lebt für seinen Beruf. Dies merkt man besonders, wenn man einmal bei einem seiner Shootings dabei war. Er versucht stets eine entspannt Atmosphäre zum Arbeiten zu schaffen, damit sich besonders das Model vor

der Kamera wohl fühlt. Er fokussiert sich darauf, die innere Ausstrahlung auf den Bildern festzuhalten. Gerade dafür ist ein entspanntes und freundschaftliches Verhältnis zu seinen Models wichtig. Desweiteren spielt Geduld für ihn eine enorme Rolle, denn bislang hat es keiner geschafft, das perfekt Foto auf Anhieb zu schießen. Diese werden aber in diesem harten Business gebraucht.

Neben Magazinveröffentlichungen oder Kundenkampangnen sind seine Fotos auch auf seinen Social Media-Kanälen zu sehen. Für Oliver eine sehr wichtige Presentationsmöglichkeit, denn dadurch kann er sein Kundennetzwerk ausbauen. Ein Traum von Oliver ist es einmal Miranda Keer vor der Kamera zu haben, am besten in einer lichtdurchflutenden, cleanen Location, denn so shootet er am liebten. Im Studio fotografiert er meist nur Bewerbungsfotos. Wie man ihn kennt, wird er jedoch noch viel ausprobieren und die Karriereleiter weiter nach oben klettern.



Mehr zu Oliver Rudolph

oliverrudolph.com





Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Jill Deller Yee / Cocaine Models



Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Jill Deller Yee / Cocaine Models

Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Dunja Milatović / Cocaine Models
Visa: Lisa Cespiva





Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Lea Schwarzer / Cocaine Models
Outfits: ASOS
Visa: Nadine Hertkorn

Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Anika Menningen / Cocaine Models



Fotograf: Oliver Rudolph
Model: Anika Menningen / Cocaine Models



Modelagentin Ellen Dörflinger

Klein, süß, quirlig! Kindermodels sind etwas ganz besonderes und das i-Tüpfelchen einer jeden Werbekampagne. Nach dem wir Models wie Angelina Kirsch, Shermine Shahrivar und Alessandra Ambrosio getroffen haben, wollten wir heute mehr über die kleinsten Models erfahren. Denn für Kindermodels ist die Wahl der perfekten Agentur sehr wichtig!



Hey Ellen! Mit Keolas Kids hilfst du jungen Kindermodels dabei für Fotoshootings, Werbekampagnen und Werbespots gebucht zu werden. Erzähl und doch, wie kam es dazu, dass Du eine Modelagentur für Kinder gegründet hast?

Ich war 15, als ich das erste Mal für einen großen Kunden vor der Kamera eines professionellen Werbefotografen stand. Ich liebte diesen Job und bis heute ist das noch genauso. Jeder Fotojob war auf‘s Neue aufregend. Dennoch führte mich mein Weg nach dem Abschluss meines Wirtschafts-Studiums zunächst in den Vertrieb eines Sprachunternehmens. Vielleicht nur, damit sich dort bestätigte, was ich ohnehin schon wusste: ‚Täglich grüßt das Murmeltier‘ - funktioniert für mich nicht.

Keolas Kids gründet Ellen im Jahr 2014

Meine eigene kleine Agentur gründen, das wollte ich. Am Liebsten in der Branche, die mich schon als junges Mädchen begeisterte und in der ich bereits lange zuhause war. Hinzu kam, dass Kindermodelle in der Werbung immer gefragter wurden und Hersteller, nicht zuletzt durch das schnelle Wachstum der sozialen Medien, den hohen Wert von Kindern in ihrer Werbung erkannten. Ich musste immer wieder an meine Anfänge denken und die Leidenschaft für den Job wollte ich so gerne an die Kids weitergeben. Im Mai 2014 gründete ich „Keolas Kids Models“.

Gibt es Unterschiede zum Modelwelt der Erwachsenen? Welche Voraussetzungen müssen die Kinder mitbringen?
Die Kinder müssen Spaß haben! Das ist das Allerwichtigste. Es bringt weder dem Kunden oder dem Fotografen, noch der Agentur und am Allerwenigsten den Kids etwas, wenn sie sich zu einem Shooting quälen müssen. Es sind schließlich keine kleinen Erwachsenen, sondern Kinder! Bewerben können sich die Kids bei uns zwischen 0 und 16 Jahren. Vermitteln können wir sie dann, bis sie wie Erwachsene aussehen, danach empfehlen wir ihnen gerne die ein oder andere „weiterführende" Agentur.

Auch die Eltern sollten bestimmte Kriterien erfüllen, wie z.B. Zuverlässigkeit und die Flexibilität, ihre Kinder auch unter der Woche zu Shootings zu begleiten. Zudem sehen wir es nicht gerne, wenn der Eindruck entsteht, die Eltern möchten mit ihren Kindern Geld verdienen oder sie betrachten die Model-Karriere ihrer Kleinen als Selbstverwirklichung. Ansonsten sind Kids aller Haut- und Haarfarben herzlich willkommen, mit oder ohne Sommersprossen, mit großen oder kleinen Ohren.

Wir casten in den Regionen Düsseldorf, Hamburg, Berlin und München und freuen uns immer über besonderen Nachwuchs.

Wie schon in der ersten Frage gesagt, vermittelt ihr Kids für Shootings und mehr. Kurz zusammengefasst, was für Jobs machen die Kinds in der Regel?
Unsere Jobs bzw. Kunden sind sehr unterschiedlich. Von Fotoshootings über Werbe- & Filmdrehs bis hin zu Modenschauen ist alles vertreten. Besonders schön sind natürlich große Modestrecken in Magazinen wie der „Marie Claire Enfants", oder dem „Kids Wear Magazine". Hier erhalten die Kids wunderbares Material um ihre Sedkarten aufzuwerten und somit weitere Jobs zu bekommen.

Filmdrehs werden für uns und die Kids auch immer interessanter, da das schauspielerische Interesse & Talent bei vielen Kindern durchaus ausgeprägt ist. Wie oft ein Kind einen Job gebucht wird, ist so unterschiedlich wie bei den Erwachsenen ... manche arbeiten mehr, manche weniger.

Nach dem Casting, haben die Kids eine Garantie Aufträge zu bekommen?
Nein! Aufgabe der Agentur ist es natürlich, ihre Kids zu fördern, das heißt regelmäßig neues Fotomaterial von ihnen zu erstellen, die Kunden auf dem neuesten Stand zu halten, wenn sich die Kids verändern und die Kinder bei Anfragen mit vorzuschlagen. Allerdings ist dies noch keine Garantie, dass die Kinder bei uns auch Aufträge bekommen. Manchmal dauert es eine Weile bis zum ersten Job, manchmal geht es aber auch sehr schnell. Das kommt ganz darauf an, welcher Kunde gerade welches Kind für seine neue Kampagne sucht und letztendlich auswählt. Wir, als Agentur entscheiden zwar, wen wir für einen Auftrag mit vorschlagen, auf die letztendliche Entscheidung des Kunden jedoch haben wir meistens keinen Einfluss.

Gegenüber Models gibt es immer Vorurteile, wie das klassische „Models sind zu dünn!". Bist du schon einmal mit solchen Vorurteilen in deinem Bereich konfrontiert worden?
Das Vorurteil „Models sind zu dünn" können wir guten Gewissens von vornherein aus der Welt schaffen. Bei Kindern geht es grundsätzlich nicht um die Figur, sondern darum, dass sie sind, wie sie sind - Kinder eben! Eine gesunde Ernährung ist grundsätzlich immer wichtig, egal ob bei den Großen oder bei den Kleinen.

Wenn wir über ein anderes Vorurteil reden, wie z.B. die übermotivierten Beauty-Peagent-Mamis aus den USA, dann kann ich nur sagen: Bisher hatte ich großes Glück! Klar gibt es immer mal „schwarze Schafe" unter den Eltern, die die Model-Tätigkeit ihrer Kinder etwas zu ernst nehmen, aber die werden von uns dann schnell auf den Boden der Tatsachen zurück geholt. Manches ist halt doch nicht so wie bei den Erwachsenen. Beim Erstgespräch und bei der Sedkartenerstellung beschäftigen wir uns sehr genau mit den Kindern, um herauszufinden, ob

das Modeln tatsächlich das Richtige für sie ist. Meist gelingt uns dies auch, nur hat man bei den Kleinen nie die Garantie, dass sie nicht auch mal einen schlechten Tag haben und lieber kuschelnd bei Mama im Arm liegen. Daher liebe Kunden: wir empfehlen immer ein Backup-Kind zu buchen, just in case.

2014 hast du deine Kindermodelagentur gegründet. Nach den ersten zwei Jahren in der Branche, wo siehst Du deine Modelagentur in 5 Jahren?

In 5 Jahren sehe ich Keolas Kids Models als feste Institution unter den Kindermodelagenturen Deutschlands und vom Markt nicht mehr wegzudenken. Gerne möchte ich neben den Standorten Düsseldorf sowie Hamburg, Berlin & München, die derzeit im Aufbau sind, Dependancen im europäischen Ausland eröffnen. In Amsterdam könnte ich mir Keolas Kids sehr gut vorstellen oder auch in Paris. Zudem wird es höchstwahrscheinlich eine Erweiterung der Kartei geben, auf die ich mich schon sehr freue ... es bleibt spannend!

Vielen Dank Ellen für deine Geschichte und deine offenen Antworten!



Foto: (c) Eileen Dörflinger

Mehr zu Keolas Kids

keolaskids.de



ANOTHER•ME



Berlin Fashion Week *Rückblick*

Die absoluten Highlights der Berliner Fashion Week sind die Modenschauen der großen, internationalen Designer, die am Brandenburger Tor ihre neuen Kollektionen für die nächste Saison präsentieren. Vor hoher Prominenz und dem Who is Who der Modewelt laufen Models sowohl in einem Zelt direkt vor dem Berliner Wahrzeichen, als auch in der In-Location „Me Collectors Room" und lassen die Designer-Kreationen in ihrem besten Licht.

Wir werfen noch einmal einen Rückblick auf die Berlin Fashion Week im Sommer 2016.

Unter den internationalen Designern befinden sich sowohl junge, als auch schon bekannte Designer. Auch wenn auf der Fashion Week einige Schauen, Partys und Veranstaltungen lediglich für geladene Gäste zugänglich sind, gibt es auch für Mode-Fans ohne Einladung die Chance die Modewoche exklusiv zu genießen. Neben den offiziellen Events werden auch einige Events und Feierlichkeiten für jedermann entwickelt. In Berlin kommt kein Fashionator zu kurz.

Mehr zur Berlin Fashion Week
fashion-interview.com/fashion-week

Lena Hoschek

Anker setzen, leinen los! Ein Highlight der Berlin Fashion Week ist Lena Hoschek. Alle Redaktionen, Blogger und Prominente freuen sich auf die neue Kollektion der außergewöhnlichen Designerin aus Österreich. Lena Hoschek führt uns diesmal im Rahmen der Mercedes Benz Fashion Week Berlin an die Küsten der Ostsee. Wer sie kennt weiß, dass sie ihre Mode sehr zurückgezogen gestaltet, fern ab vom Trubel der Großstädte. Maritime Einflüsse, raffinierte Schnitte und Vintage: All das sehen wir heute in der neuen AHOY Kollektion.

Die Kollektion erzählt die Geschichte einer Badekultur, welche um 1900 ihren Anfang fand. Zuvor noch hochgeschlossen, erfuhr die Bademode der 20er bis 40er Jahre eine revolutionäre Transformation hin zu freizügigen Schnitten und femininen Silhouetten. Durch die neugewonnene Offenheit der Strandmode vermittelt diese Epoche ein Flair, das für Weiblichkeit und pure Lebenslust steht. Eine Lebenslust, wie sie auch auf der Insel Rügen, insbesondere in dem für seine Bäderarchitektur bekannten Seebad Binz, das auch Erholungsort und Inspirationsquelle darstellt, gelebt wird.

Mehr zur Lena Hoschek

lenahoschek.com



Foto: (c) getty images



Foto: (c) getty images



Foto: (c) getty images



Foto: (c) getty images



Lena *Hoschek*

Berlin Fashion Week
Sommer 2016

Ideen braucht das Land *Another Me*



Bianca und Stefan, ihr habt euch euren Wunsch erfüllt und dieses Jahr das Modelabel ANOTHER ME gegründet. Wie kamt ihr zu der Idee? Was ist das Besondere an eurem Label?

Die schnelllebige Zeit, Wegwerfgesellschaft und Neupositionierung des Marktes hat uns zur Konzeption von ANOTHER ME inspiriert. ANOTHER ME sagt klar: „Ich darf Ich sein, weg von den Glaubenssätzen der Gesellschaft. Ich kaufe nicht nur blind irgendein Produkt, sondern möchte wissen wo meine Produkte herkommen und wie die Geschichte des Produkts ist.“ Der faire und nachhaltige Aspekt ist für uns keine Modeerscheinung oder bloß nur eine Marketingidee.

Aus dieser Quelle haben sich liebevoll ausgesuchte Artikel für anspruchsvolle Individualisten entwickelt. Jedes kleine Detail wird mit Herzblut designed. Weiterhin besticht die Kollektion in Ihrer Schlicht,- und Zeitlosigkeit. Wir verzichten auf jegliche „Störer“, die von der eigentlichen Ware ablenken könnten. Klare Linien und klare Farben spielgelt die Idee von ANOTHERME wieder. Das besondere Highlight ist der „Mix & Match“ Gedanke. Die gesamte Kollektion kann in allen 6 Farben kombiniert werden und bietet so die Möglichkeit individuell zu erweitern und nach Belieben zu verändern. Abgerundet wird das Konzept durch eine Feinauswahl von besonderen Lifestyleprodukten in Form von Schuhen, Cashmerestrick und weiteren Lifestyleartikeln aus aller Welt. Hier legen wir besonderen Wert auf das Besondere, das Naturbelassene und auf alles mit dem gewissen Etwas - inspiriert durch die Vorliebe von schönen Dingen.



Jede Tasche ist bei euch ein Unikat. Woher nehmt ihr die Ideen für eure Unikate?

Heutzutage möchte jeder einzigartig sein und sich von der Masse abheben - Modisch ein großes Herausforderung. Bekleidung, Taschen und Accessoires von der Stange bekommen Sie wie Sand am Meer. Unsere Taschen sind einzigartig, keine gleicht der Anderen. Unsere Taschen werden immer nur in kleinen Mengen gewaschen und handgefertigt.

Was ist euch besonders wichtig bei der Herstellung eurer Produkte?

Die Partnerschaft mit den Fabriken, die Qualität, Nachhaltigkeit und faires Handeln.

Eure Taschen bestehen aus Anilinleder. Warum habt ihr euch dafür entschieden? Was ist das besondere daran?

Anilinleder zählt zum exklusivsten Leder und wird als Luxusgut gehandelt. Unsere Ware ist hinzu noch unbehandelt, gewaschen, butterweich und bekommt bewusst keine extra Wachs - oder Farbschicht. Das macht unsere Modelle so weich, so leicht und auch noch waschbar. Jede Frau wird sich jetzt freuen, denn wer schon mal in die Tasche einer Frau blicken konnte, weiß das sie Ihr halbes Leben mitschleppt und dann muss die Tasche einfach wenig Eigengewicht haben.

Das Leder bekommt mit der Zeit eine gewisse Patina, natürliche Gebrauchspuren des Alltags, ja so wie wir.

Welche Zielgruppe sprecht ihr mit eurem Label an?

Unser Kundin ist qualitätsbewusst. Sie will sich vom Mainstreamgedanken lösen und

ihre individuelle und eigene Vorstellung von Mode ausleben. Sie möchte sich nicht jede Saison neu hinterfragen, sondern sie selbst sein. Die Gesellschaft wird durch die Modezeitschriften und Medien absolut beeinflusst. Unsere Kundin ist eine selbstbewusste Frau und muss nicht mit der Masse mitlaufen.

Wo kann man eure Taschen und Accessoires bisher finden?

Unsere Taschen und Accessoires sind in verschiedenen Boutiquen im Raum Berlin, Hamburg und Köln zu finden. Das Netz wird stetig ausgebaut. Zum ersten Dezember wird dann endlich unser Onlineshop scharf geschaltet. Mit unseren zukünftigen „Couchcouture Club" werden wir nochmals einen besonderen Anreiz bieten. Die ersten Testabende sind gelaufen und waren ein voller Erfolg. Infos gibt es bald auf unserer Website www.anotherme.de

Was ist bisher euer Bestseller?

Der Artikel „Friend I Need" ist unsere Verwandlungskünstlerin. In drei verschiedenen Tragemöglichkeiten hat sie unsere Kundin in den soften Naturtönen Cameo Rose und Mouse Grey überzeugt, aber auch der Artikel „Life is simple" ist ein Stauwunder und hat unsere Kundinnen verzaubert.

Was war bisher euer größter Erfolg oder euer schönstes Erlebnis mit eurem Modelabel?

Unsere erste Messe in Hamburg, damals die Nordstil, war mit Abstand das schönste Erlebnis und unser größter Erfolg. Dort hatten wir die Möglichkeit unser Label zum ersten Mal der Öffentlichkeit zu präsentieren. Die Resonanz war überwältigend. Wir waren am Puls des Einzelhandels und konnten die Bedürfnisse der Boutiquen aufsaugen. Die großen Firmen sind meist kaum zu greifen - es ist anonym. Bei uns fühlten sie sich ganz nah und persönlich.

Wir sind ein authentisches, lebensfrohes Team und sind nicht mit dem Druck des Business belastet. Es ist unsere Leidenschaft und es kommt aus dem Herzen.

Habt ihr Pläne für ANOTHER ME, die ihr im kommenden Jahr umsetzen möchtet?

Wir möchten organisch wachsen, werden langsam und mit Leidenschaft weiter gehen und unseren Kunden mit schönen Lifestyleprodukten überraschen. Bei uns geht es um Beständigkeit, Kundenbindung, Partnerschaft/Freundschaft und natürlich um eine gesunde Portion Spaß, in dem was wir tun.

Bei uns wird viel gelacht und wir nehmen das Leben gelassen.



Mehr zu ANOTHER ME

another-me.eu



Lena *Hoschek*

Berlin Fashion Week
Sommer 2016





Foto: (c) Mit freundlicher Erlaubnis von Lena Hoschek by Lupi Spuma Fine Photography

Designer Lena Hoschek über ihre Kollektion:

„Ich habe es sehr genossen, sprichwörtlich in die maritime Welt abzutauchen, mich in der Recherche zu verlieren und den Klischees hinzugeben. Ich freue mich schon jetzt auf einen Sommer voller Lust und Lebensfreude und darauf, dass das Matrosenkleidchen unumschiffbar wird“, so die talentierte Designerin. Den gewohnt perfektionierten Look von Kopf bis Fuß komplettiert Lena Hoschek mit eigens gefertigten Schuhen aus einer italienischen Manufaktur, süßen Sonnenschirmen und Matrosenkäppchen sowie

ahoy!

Kapitänsmützen. Maybelline New York sorgt wie gewohnt für ein perfektes Make-up mit Alarm-roten Lippen, klassischem Lidstrich und rosigen Wangen. Das von Ĺ Oréal Professionnel gestylte, leicht gewellte, breezy Hair wird dank der Marke Hairdreams zur vollen Mähne, komplettiert so den sommerlichen und verführerischen Sailor Girl Look.

Mens Fashion
Brachmann

Die Show im me Collectors Room Berlin war im Gegensatz zu den Runway Shows gut überschaubar. Im Showroom-Character präsentierten die Männermodels feine Schnitte und sehr urbane Styles. Die Brachmann Menswear Kollektion S/S 2017 ist durch maritime Klassiker wie Seemannshemd und -hose, den Dufflecoat und den Guernsey-Pullover inspiriert. Präzise Schnitte mit strengen architekturalen Linien, geometrischen Formen, klaren Achsen, sich durchdringenden Ebenen und aufgesetzte Falten bestimmen das Bild.

Die Farben changieren zwischen dunklem Blau und Weiß, Sandfarben setzen Kontrapunkte. Die Stoffe reichen von Baumwolle, Leinen und Wolle für Hemden, Hosen, Anzüge und Westen, über Merinowolle für Pullover und Cardigans bis hin zu wasserdichten Baumwollen für leichte Mäntel und Jacken. Der Ausdruck dieser Post-Klassischen Kollektion reicht von urbanem Chic bis zu minimalistischer Eleganz.

Mehr zur Brachmann

brachmann-menswear.com



Brachmann

Berlin Fashion Week
Sommer 2016



Brachmann

Berlin Fashion Week
Sommer 2016









Berlin Fashion Week *Rückblick*

Zur Frühjahr/Sommerpräsentation der neuen Kollektionen versammelten sich viele Berliner Designer, aber auch internationale Modeschöpfer und Nachwuchstalente bei Designer for Tomorrow (by FashionID / Peek & Cloppenburg). Die Eröffnung und den Abschluss übernahmen aber zwei Schwergewichte. Harald Glööckler und Michael Michalsky.

Die Modewoche in Berlin ging in dieser Saison vom 27. Juni bis zum 01. Juli. Zu Beginn und Schluss der Woche standen die großen Namen auf der Showbühne. Harald Glööckler und Michael Michalsky. Schon ein Tag vor dem offiziellen Beginn lud Stardesigner Harald Glööckler zu seiner exklusiven Modeschau in Hotel de Rome. Mit zahlreichen, schillernden Persönlichkeiten aus der Medienbranche, zelebrierten Medien- und Pressevertreter die neue „Pompöös"-Kollektion. Auch VIPs wie ... liefen über den Catwalk. Hier gibt es den ganzen Artikel + Fotos der Show: Harald Glööcker Modenschau Fashion Week. Natürlich im hochkarätigem Ambiete, ebenso wie Michael Michalsky, der mit seiner „Stylenight" die diesjährige Berlin Fashion Week ausklingen ließ. Mit klassischer Musik, baroken Gemäuern.

In dieser Saison zog die Runway Shows der Berlin Fashion Week vom Brandenburger Tor zurück ins Erika-Hes-Eisstadion. Startschuss zur Fashion Week war Dienstag morgen im Erika-Hess-Eisstadion. Wie wir schon im Artikel Berlin Fashion Week SS 2017 geschrieben haben. Durch die Fußball-Europameisterschaft, wechselte die Location dieses Jahr wieder vom Brandenburger Tor ins Eisstadtion. Auch aufgrund der weiterhin hohen Zahlung für den Stadtort. Dh. dieses Jahr ging es für die Modewelt von der Mitte nach Berlin Wedding. Eine gute Entscheidung? Der Blick nach Berlin Wedding zeigt schnell, dass der Stadtteil zwar multikulturell ist, für eine Modewoche aber keine Internationalität bietet. Der einzige kleine Minuspunkt an einer sonst großartig organisierten Fashion Week.

Jeder Tag hat seinen festen Ablauf. Zur ersten Show müssen alle Besucher vor der Runway-Location warten. Hier trifft man sich, raucht eine Zigarette, spricht über den vergangenen Tag und freut sich auf alles, was heute kommt. Danach geht es in den offenen Lounge-Bereich. In weißgrau gehalten, lädt es besonders in der Sonne zum Verweilen ein. In den Foyers können sich Besucher, Models und Blogger umschauen. Hier stellen verschiedene Unternehmen und Produzenten ihre Produkte vor. Darunter sind Firmen aus dem Beauty-Bereich, Klassiker wie Maybelline aber auch Newcomer, wie Quickcap, mit smarten Drinks für Schönheit und Aufmerksamkeit.

Mehr zur Berlin Fashion Week
fashion-interview.com/fashion-week



We love *Dimitri*

Dimitri gibt Einblick in seine kommende Frühjahr/Sommer-Kollektion 2017. Dimitris Inspirationsquelle für die neue Kollektion waren die Mythen und Geschichte seines Heimatlandes Griechenland. In der ersten Reihe, natürlich Stars, Prominente und Mode-Blogger. Unter den anwesenden Gästen befanden sich unter anderem das deutsche Topmodel Franziska Knuppe, Catherine Hummels, Prinzessin Elna Margret zu Bentheim, Mirja du Mont, Sophie Hermann, Jenny Elvers und Alessandra Meyer-Wölden, die Moderatorinnen Katja Burkhard und Caroline Beil, Schauspielerin Janina Uhse, die Let's Dance Stars Ekaterina Lenova und Massimo Sinato, sowie die Bloggerinnen Leonie Sophie Hanne von Ohhcouture, Nina Suess und Caro Daur.

Key Looks – Drapierte Kleider, legere Kaftane, zarte Blusen und Hosen

Die Kollektion überzeugt durch aufwendig drapierte Kleider, legere Kaftane, zarte Blusen und Hosen, welche die weibliche Silhouette feiern. Ihre Farbpalette ist weniger bunt als in den Jahren zuvor, stattdessen steht elegantes Weiß im Zentrum. Dadurch erhalten die Designs einen klaren, schlichten und zeitgemäßen Look, welcher hier und da gekonnt aufgebrochen wird durch sanfte Pastell- und Gold-Nuancen. Ergänzend zur Ready-to-Wear überzeugt Dimitri mit einer Bademodenlinie in derselben Farbwelt, eindrucksvoll verziert mit Schmucksteinen, Pailletten und Cut-Outs.

Mehr zur Dimitri
bydimitri.com















Dimitri

Berlin Fashion Week
Sommer 2016









Dimitri

Berlin Fashion Week
Sommer 2016

Die perfekten Zähne

MYV

MYVENEERS

YOUR SMILE EXPERTS

Wie haben Sie beide sich kennengelernt? Warum haben Sie sich entschieden zusammenzuarbeiten?
Dr. Tuna: Wir haben uns 2007 in der Universität Köln kennengelernt und haben seitdem gemeinsam an zahnmedizinischen Projekten gearbeitet.
Dr. Baysal: Wir haben relativ früh gemerkt, dass wir sehr gut miteinander arbeiten können. Wir vertreten die selben medizinischen Ansichten und haben den gleichen hohen Qualitätsanspruch. Dies ist für eine längerfristige Zusammenarbeit ganz wichtig.

Was macht Ihren Beruf so besonders für Sie? Was gefällt Ihnen an Ihrem Beruf?
Dr. Tuna: Die direkte Zusammenarbeit mit dem Patienten mit schnellen sichtbaren Erfolgen. Wo sich Medizin und Ästhetik trifft.
Dr. Baysal: Die Vielfalt der verschiedenen Behandlungsmöglichkeiten. Unsere Patienten, die alle handverlesen sind! (lacht). Die Möglichkeit Menschen noch attraktiver und somit glücklicher zu machen.

Worauf achten Sie besonders bei der Zahnpflege Ihrer eigenen Zähne?
Dr. Baysal: Ich glaube wir betreiben die gleiche Pflege, wie jeder Patient, der sich seiner Mundgesundheit bewusst ist. Elektrische Zahnbürste, Zahnseide und Mundspüllösung.
Dr. Tuna: Dazu achten wir schon drauf welche Lebensmittel wir wann und wie zu uns nehmen, in Bezug auf Säurehaltigkeit und Verfärbungspotential.

Was raten Sie Ihren Patienten, worauf sollte man auf keinen Fall bei der Zahnpflege vernachlässigen?
Dr. Tuna: Wichtig ist die Regelmäßigkeit der Zahnpflege (mindestens morgens uns abends). Am besten sind Utensilien wie z.B. elektrische Zahnbürste und unbedingt Zahnseide. Denn bei Vernachlässigung der Zwischenräume kann sonst versteckte Karies entstehen und oder Zahnfleischentzündungen.

Wie stehen Sie zu der Wirkung aufhellender Zahncremes?
Dr. Baysal: Ich denke, die Resultate sind nicht wirklich zufriedenstellend. Sinnvoller ist das Bleaching beim Zahnarzt - unter Aufsicht - mit einem bewährten Produkt.
Dr. Tuna: Hinzu kommt, dass manche aufhellenden



Zahncremes sehr abrasiv sind und somit auch nicht zu empfehlen sind.
Dr.Baysal: Ja das stimmt! Der Zahnschmelz ist ja nur 1,5 mm dick und wächst auch nicht nach...

Schadet Bleaching der Zahnsubstanz? Für wen ist es empfehlenswert?
Dr. Tuna: Wenn es gewissenhaft gemacht wird schadet es nicht! Es sollte vorher ausgeschlossen werden, dass Löcher vorhanden sind. Kronen und Brücken lassen sich nicht bleichen, und die Patienten sollten meiner Meinung nach Erwachsen sein.

Was meinen Sie mit gewissenhaft und warum spielt das Alter eine Rolle?
Dr. Tuna: Gewissenhaft bedeutet, dass das Zahnfleisch gut abgedeckt und geschützt wird während dem Vorgang, sonst entstehen Verletzungen. Außerdem sollte ohne Betäubung gebleacht werden, damit der Patient sofort merkt, wenn doch etwas daneben geht und der Behandler direkt eingreifen kann, bevor es bleibende Schäden gibt. Das Alter ist wichtig, da bei Kindern und Jugendlichen die Pulpa - das heißt das Innenleben den Zahnes - noch sehr groß ist und somit das Bleachingmaterial einen kürzeren Weg dorthin hat. Im Laufe des Lebens zieht sich diese weiter zurück und die Schichtdicke des Zahnes wird quasi dicker und äußere Einwirkungen, wie z. B. Bleaching-Gels unbedenklicher.

Warum wird zu einer regelmäßigen professionellen Zahnreinigung geraten? Ist eine Reinigung zu Hause nicht ausreichend?
Dr. Tuna: Bei der professionellen Reinigung wird aufgrund der Zahnarztlampe schon deutlich mehr gesehen als im Badezimmer!! Mittels feineren Werkzeugen ist es möglich, gründlicher zu reinigen. Dabei wird auch die ganze mikrobilelle Plaque durcheinander gebracht, welche eine gewisse Zeit braucht um sich wieder zu regenerieren und in dieser Zeit dem Gebiss keinen Schaden zufügen kann.
Dr. Baysal: Auch bei einer optimalen Mundpflege der Patienten, entsteht - an einigen schwer zugänglichen Stellen - Zahnstein. Nur durch eine professionelle Zahnreinigung kann dieser entfernt werden. Wir legen auch sehr viel Wert auf eine sanfte Zahnreinigung. Das Pulverstrahlen kommt nur in ganz hartnäckigen Fällen zum Einsatz. Aggressives Vorgehen in der professionellen Zahnreinigung kann auch der Zahnhartsubstanz schaden. Und dies kann es ja nicht sein!

Welche Wirkung hat Ihrer Meinung nach ein strahlendes Lächeln durch gesunde Zähne?
Dr. Tuna: Die Wirkungen sind mannigfaltig und nur positiv, wie z. B. Attraktivität, Gesundheit.
Dr. Baysal: Richtig, und dies führt zu einem gesteigerten Selbstbewusstsein! Wodurch der Effekt sich natürlich potenziert.
Wenn wir uns attraktiver fühlen, verhalten wir uns auch attraktiver. Das Empfinden für Schönheit steckt in jedem von uns. Natürlich gibt es regionale, kulturelle und gesellschaftliche Einflüsse. Dennoch würde ein Asiate niemals eine attraktive Europäerin als unattraktiv empfinden und umgekehrt. Symmetrie spielt dabei eine sehr entscheidende Rolle. Doch bei der Wahrnehmung von Schönheit, welche in Millisekunden sattfindet, sind die Zähne, die Lippen und das Lachen noch entscheidender als die Augen und die Nase. Wir verzeihen eher Schlupflidern und einer Boxernase, als unattraktiven Zähnen.

Veneers

Auf welche Schwerpunkte konzentrieren Sie sich in Ihrer neuen Praxis und warum?
Dr. Baysal: In erster Linie geht es um ästhetische Zahnheilkunde und dessen Umsetzung. In unserer ersten Praxis, ist uns aufgefallen, dass im normalen Praxis-Alltag für manche Dinge nicht genügend Zeit und Ruhe herrscht. Jedoch brauchen wir das, um eine ansprechende Ästhetik zu generieren. Die neue Praxis wurde deswegen ganz anders konzipiert. Ich glaube, wir sind die einzige Praxis in Deutschland, vielleicht auch in Europa, mit nur einem Behandlungsstuhl. Wir haben kein klassisches Wartezimmer und somit keine Wartezeiten. Die Lounge dient auch gleichzeitig als Fotostudio, welches für die Ästhetik-Analyse unverzichtbar ist.
Dr. Tuna: Wir wollten ein Ambiente schaffen, in dem Patient und Arzt entspannt und ohne Hektik arbeiten können. Ohne Zeitdruck, bis



dass das erwünschte Endergebnis erreicht ist. Ästhetik ist jedoch nicht Kosmetik und bedarf der Einbeziehung von Funktion und Zahn-, Mund- und Kiefergesundheit. Eine gute Diagnostik, Vorbehandlung und eine gesunde Ausgangssituation sind ein Muss!

Was sind Veneers?
Dr. Tuna: Veneers sind ganz dünne Keramikschalen für die Zähne, welche fest mit dem Zahn verklebt werden. Diese werden ganz individuell vom Zahntechniker hergestellt. In einigen Fällen müssen die Zähne noch nicht einmal beschliffen werden. Ganz wichtig ist jedoch, dass die Veneers ohne Fugen und Kanten verklebt werden.
Dr.Baysal: Die Erfahrung des Zahntechnikers spielt auch eine ganz entscheidende Rolle. Nur ganz wenige sind in der Lage, diese hauchdünnen Schalen ästhetisch perfekt herzustellen. Wir sind froh, dass wir dabei mit den besten Zahntechnikern zusammenarbeiten.

Wo werden die Veneers hergestellt?
Dr. Baysal: Das ist ganz unterschiedlich. Einige unserer Experten arbeiten hier in Deutschland und einer sogar in Japan. Diese Veneer-Technik, ist wirklich eine ganz besondere Kunst und wie gesagt, nur sehr wenige beherrschen diese.

Für wen lohnen sich Veneers?
Dr. Tuna: Jeder Patient, der mit dem Aussehen seiner Zähne unzufrieden ist. Dabei ist es bei dem einen mehr und bei dem anderen weniger.
Dr. Baysal: Zum einem gibt es Patienten, die von Natur aus schiefe Zähne haben oder welche mit Lücken. Dies wäre eine Indikation für Veneers. Bei starker Fehlstellung würden wir jedoch eine kleine Korrektur der Zähne mit kieferorthopädischen Schienen machen, bevor wir die Veneers anfertigen. Dann gibt es noch den natürlichen Alterungsprozess der Zähne. Die Zähne werden mit der Zeit durch die Abnutzung immer kürzer. Sie verfärben sich. Das Zahnfleisch geht zurück. Der Biss senkt sich. Die Lippen fallen ein. Auch hier kann das Lachen insgesamt verjüngt werden.



Foto: Dr. Arzu Tuna - MYVeneers.de



Foto: Dr. Umut Baysal - MYVeneers.de

MYV
MYVENEERS
YOUR SMILE EXPERTS

Wie viel Zeit verstreicht zwischen Beratung und fertigem Ergebnis?
Dr. Tuna: Einfache Fälle ohne Vorbehandlungen können innerhalb 14 Tagen versorgt werden.

Übernehmen Sie für die Zeit der Behandlung jegliche Organisation für den Patienten wie auch die Buchung eines Hotels für Patienten, die eine weite Anreise haben?
Dr. Baysal: Wir haben eine Kooperation mit einem erstklassigen Hotel und sorgen auf Wunsch auch für den Transfer zwischen Flughafen, Hotel und Praxis.

Wie lange halten Veneers? Müssen sie ausgetauscht werden nach einiger Zeit?
Dr. Tuna: Wenn alles richtig gemacht wurde, dann halten Veneers über 15 Jahre. Ob in 15 oder 20 Jahren die Veneers noch einmal ausgetauscht werden müssen, hängt von der jeweiligen Situation ab.

Vielen Dank für das Interview an euch beide. Das waren Dr. Arzu Tuna und Dr. Umut Baysal von MYVeneers.

Mehr zur MYVeneers
myveneers.de

Highlight: Curvy Supermodels

Gestern war große Deutschland Premiere für die neue TV-Show Curvy Supermodel auf RTL2. In der Jury sind Model Angelina Kirsch, Multitalent Motsi Mabuse, Modelagent Ted Linow und Stardesigner Harald Glööckler. Sie wagen das TV Experiment und suchen zum ersten Mal im deutschen Fernsehn die schönsten Plussize Models! Sie wollen das gewohnt Bild ändern und Curvy Models ganz selbstverständlich machen. Sie wollen Models und Frauen in den Vordergrund stellen, die in den Medien sonst eher selten vertreten sind. Rückblick - Wie war die erste Show? Wie „Curvy" war es am Ende? Und war Harald Glööckler so charmant wie immer?

Eigentlich sollte Curvy Supermodel gegen Vorurteile kämpfen. Und dann? Schon zu Beginn der Show strahlte RTL2 diesen wenige überlegten Satz einer der Kandidatenmütter aus: „Endlich sieht man mal nicht diese superschlanken Skelette". Aha! Ob Vorurteile oder nicht: Fünf Folgen sind für die neue Show auf RTL2 geplant. Zehn Kandidatinnen durften jetzt, nach der ersten Show, in die Modelvilla ziehen. Den großen Laufsteg kennen wir alle schon vom Erfolgsformat Germanys Next Topmodel by Heidi Klum. Vor wenigen Wochen erst, waren wir Backstage in Palma de Mallorca zum Finale. Nur etwas später kommt jetzt das neue Format für kurvige Models. Ich will mit euch nochmal einen Blick zurück werfen, auf den gestrigen Fernsehabend mit Angelina Kirsch (lies hier unser Interview mit Model Angelina Kirsch), Motsi Mabuse, Ted Linow und Harald Glööckler.



Foto: (c) Place Models



Foto: (c) Place Models

Zunächst: Im TV Format kommt es nicht so rüber, aber eine 38/40 ist die ganz normale Größe einer deutschen Durchschnittsfrau. Fast 40% der Frauen tragen Konfektion 42. Eigentlich ist die größe ganz normal, weder Curvy oder Plussize! In den Medien aber finden diese Models erst langsam Präsenz. So gab es schon verschiedene Cover von Modemagazinen mit Plussize Models wie Tess henstra und Marquita Pring. Jetzt gibt es die erste TV-Show - aber wie Curvy war es jetzt?

Curvy Supermodels:
Weniger Curvy als gedacht

Viele haben erwartet, das Curvy Supermodel viele Frauen jenseits der Konfektion 40/42 präsentiert. Pustekuchen! Kein Model mit Konfektionsgröße 44 hat es in die Villa geschafft. Tendenziell war die Auswahl der Models, die letzt endlich in die Villa ziehen durften, bei weitem nicht so Curvy wie Anfangs gedacht. Über eine der Kandidatin, Polina, wurde in der Jury sogar ganz grundsätzlich diskutiert, ob sie mit 179cm und einer Konfektion von 38/40 überhaupt als Curvy Model zählen kann! Ab ja, auch Polina zieht mit ihrer 38/40 in die Modelvilla.

Die Favoritinnen:
Aurelie, Fabienne, Feenja

Wer hat den Look Curvy Supermodel zu gewinnen? Wir finden das Aurelie, Fabienne und Feenja die besten Chancen auf den Sieg bei Curvy Supermodel haben. Obwohl besonders die 17-jährige Aurelie für jeden Modelmanager zur Herausforderung werden könnte. Schon in der ersten Folge waren die Kommentare wenig überlegt, einmal sagt sie im Bikini zum Beispiel: „ich bin so aufgeregt, dass ich mir in die Hose pissen könnte." Als Model muss man natürlich immer darauf achten, was man sagt, um keine möglichen Kunden zu verschrecken. Trotz der etwas prolligen Art, haben wir sie dennoch ins Herz geschlossen.

Harald Glööckler zurück als TV-Juror

Harald Glööckler, das weiß jeder der sein Modelabel Pompöös kennt, hält alle Frauen für „Prinzessinnen". Er tritt mit dem Gedanken an, um den Models zu zeigen, „wie man eine Marke aus sich macht". Auch während der TV-Show ist Glööckler echt Zucker! Glööckler er siezt alle Kandidatinnen

Die Jury *Curvy Supermodel*

bringt sie viel Knowhow und Erfahrung mit ein. Angelina Kirsch ist selbst auf vielen Werbekampagnen weltweit zu sehen, fliegt für Shootings um die halbe Welt, von Mailand nach Stockholm. Den Nachwuchs-Models möchte Angelina Kirsch folgendes mitgeben: „Steht zu euch und euren Kurven! Ihr müsst euch nicht verstecken, denn Schönheit hat keine Konfektionsgröße. Die perfekte Kandidatin hat tolle Kurven, einen starken Willen und den absoluten ‚Wow-Faktor'."

Motsi Mabuse das Multitalent

Natürlich müssen auch Curvy Models absolute Körperbeherschung haben für lange Fotoshootings und anstrengende Videodrehs. Deshalb ist auch Profi-Tänzerin, Choreografin, Moderatorin und Schauspielerin Motsi Mabuse mit von der Partie. Als absolutes Multitalent wird sie mit den Models an ihrem Körpergefühl, ihrer Haltung und ihrem Gang arbeiten. Das wird allen dabei helfen,

Ted Linow von Mega Model Agency

Wer ist eigentlich Ted Linow? Ted ist der Mann hinter den Kulissen. Statt viel zu erklären, genügen ein paar Namen: Modelagent Ted Linow hat bereits Topmodels wie Naomi Campbell, Eva Herzigova, Tatjana Patitz und Toni Garrn gemanagt. Er hat Modeshows für Pierre Balmain, Wolfgang Joop und Karl Lagerfeld organisiert und choreografiert. Ted kann den Models zeigen, wie es ist, als erfolgreiches Model zu arbeiten! Besonders bei einer unserer Lieblings-Kandidatinnen Aurelie könnte Ted wahre Wunder bewirken! Die Siegerin von Curvy Supermodel wird dann auch einen Vertrag in seiner Agentur Mega Model Agency gewinnen.

von Anfang an. Mitten in der Show kam dann auch unsere Lieblingsfrage: „Wie lange sind Sie schon curvy?", süß gefragt, lieb gemeint. Wir lieben ihn! Nach dem wir und schon vor ein wenigen Wochen, auf der Berlin Fashion Week, die letzte Show des Stardesigners „der zertanzte Schuh" angesehen haben, sind wir Fans. Auch hier in der TV-Show ist Harald Glööckler ein echter Publikumsmagnet. Glööckler ist zuvorkommend, nett und sorgt sich um die Kandidatinnen. Ähnlich wie unsere Angelina Kirsch, die wir auch schon im Interview hatten!

Angelina Kirsch als Curvy Model Juror

Angelina Kirsch hat es schon längst zum erfolgreichen Model geschafft. Das Ziel, von dem die Kandidatinnen träumen. Sie ist das erfolgreichste Curvy Model Deutschlands! Deshalb ist sie jetzt neben drei anderen Juroren Mitglied der Curvy Supermodel Jury. Auch als Coach, Trainerin und Mentorin

Motsi Mabuse das Multitalent

Natürlich müssen auch Curvy Models absolute Körperbeherschung haben für lange Fotoshootings und anstrengende Videodrehs. Deshalb ist auch Profi-Tänzerin, Choreografin, Moderatorin und Schauspielerin Motsi Mabuse mit von der Partie. Als absolutes Multitalent wird sie mit den Models an ihrem Körpergefühl, ihrer Haltung und ihrem Gang arbeiten. Das wird allen dabei helfen, sich selbst bei Modelcastings, Fotoshootings oder Dreharbeiten perfekt zu präsentieren, um für den Kunden das beste Ergebnis zu erreichen.



Prepared by MagCloud for Stephan Czaja. Get more at lukinski.magcloud.com.