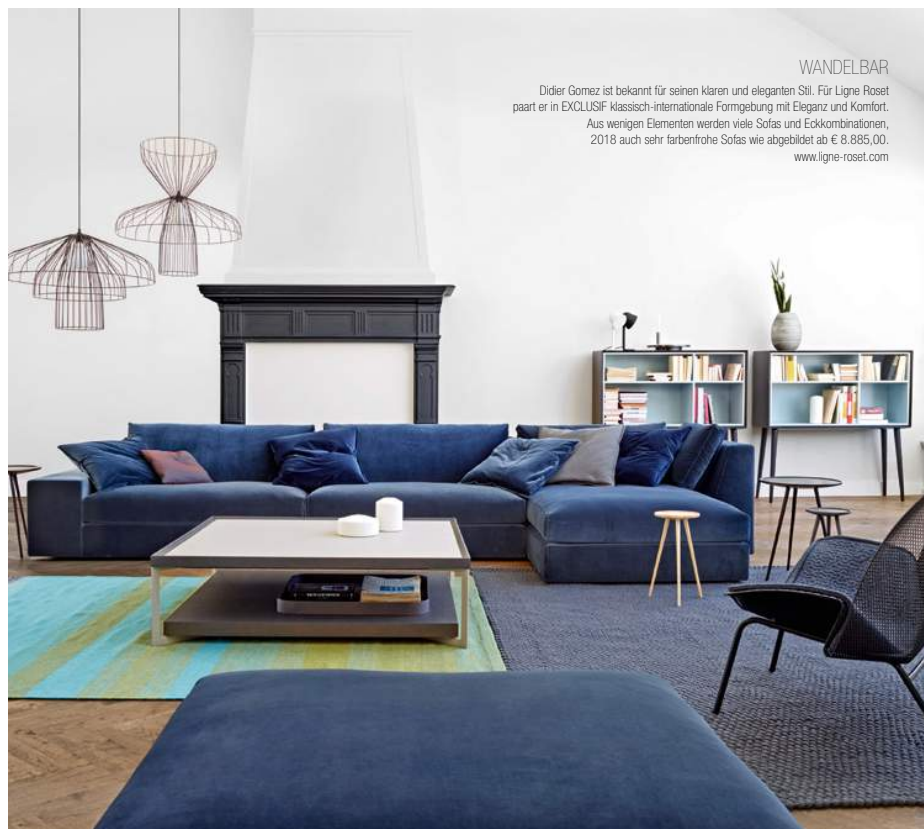




# GESAMTKUNSTWERK

Schöne Dinge, klare Formen, Ästhetik und Geschichte:  
Ein Blick zurück und ein Stück Avantgarde genügen für die richtige  
Kombination aus Kunst und Funktionalität. Text: Elisabeth Klokár



## WANDELBAR

Didier Gomez ist bekannt für seinen klaren und eleganten Stil. Für Ligne Roset paart er in EXCLUSIF klassisch-internationale Formgebung mit Eleganz und Komfort. Aus wenigen Elementen werden viele Sofas und Eckkombinationen, 2018 auch sehr farbenfrohe Sofas wie abgebildet ab € 8.885,00.  
[www.ligne-roset.com](http://www.ligne-roset.com)

© Ligne Roset, www.wendograd.at, Mein Dörfel, Arnold Poeschl, Thomas Freitauer & Jarosšek Vaupotic

# TOLLE SCHOLLE

Ein schöner Garten kommt heute auch ohne grünen Daumen  
aus: Zwar heißt es bei Freiflächen zurück zur Natur, mit  
Hightech erledigt sich die unvermeidbare Erhaltungsarbeit  
aber fast von selbst. Text: Elisabeth Klokár

**I**st es nicht traumhaft, im Paradiesgarten süße Früchte zu ernten, saftiges Gemüse zu schneiden und jasmintartigen Blumenduft einzusatmen? Am Morgen auf der Steinterrasse Kaffee zu schlürfen, während man die Sonne beim Aufgehen beobachtet? Abendstunden lässt man gemütlich auf dem Gartensofa ausklingen, mit dezenter Musik aus den integrierten Seitenboxen. Und während die via App bedienbare Bewässerungsanlage die Arbeit verrichtet, zieht man noch zwei Längen im Pool. Erholungszeiten wie diese sind nicht mehr allein Urlaubsresorts vorbehalten, sondern heutzutage dank ausgereifter Gartenarchitektur für Grundstücke und Terrassen in jedem Eigenheim möglich. Für die einen Exotik, für die anderen Landliebe – grüne Ruheoasen bekommen jetzt große Gestaltungsaufmerksamkeit. Das Bedürfnis nach stilvollen Rückzugsorten im Freien wächst in Zeiten von klimatisierten Büros und zahlreichen Auto-

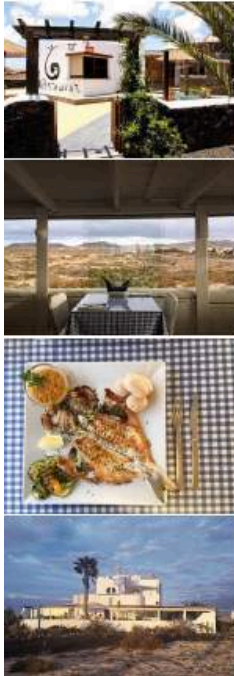
Und mehr noch, Nutzgärten sind wieder attraktiv, und hässliches Plastikmobiliar zerstört zum Glück nicht mehr den schönen Ausblick. Heute begrüßen wir das Wohnzimmer im Outdoor-Bereich, dafür sind auch die Gartenmöbel exklusiver, die Oberflächen ausgeklügelter und die Pflanzen subtiler. Gartenflächen, egal ob klein oder ausladend, werden durch geometrisch-große Formate optisch erweitert. Alle Bereiche sind zudem möblierter und technisierter, beschreibt Bernhard Kramer von Kramer & Kramer die Entwicklung. Dabei spricht er sogar von „inszenierten Situationen, bei denen es um starke individuelle Ansprüche nach einem klar geplanten Konzept geht. Als Gartengestalter greifen wir bewusst in die Flächen ein. Der Designanspruch ist hoch, so arbeiten wir mit Kunst im Außenbereich, hochwertigen Solitärbäumen – Weißföhre (*Pinus silvestris*) oder Sumpfpypresse (*Taxodium*) und Hightech, um den Eigenaufwand zu reduzieren.“ Generell zeichnet sich eine starke Tendenz in Richtung



# GESCHMACK VON MEER UND WEIDE

Puerteventura tischt kulinarisch höchst Interessantes auf.  
Ein Querschnitt durch die Küche der zweitgrößten Kanareninsel.

VON ELISABETH KLOSAR



**L**ajanes im Norden der Insel Puerteventura. Viele der knapp 1500 Einwohner sind Surfer, die das ganze Jahr über hier leben. Die Gegend ist bekannt für Wind, Surfen und weitaufgehende Strände. Ein Naturparadies, ein Urlaubsparadies, aber ein kulinarisches Paradies? Das wäre etwas Neues. Eine freundliche Ladenbesitzerin verrät uns, dass es durchaus etwas zum Probieren gibt. Knapzete, frisches Gebäck und Käse holt man sich am besten in der La Panoteca, das Lokal ist auch fürs Auge ein Genuss. Abends wird es im Ort voller, dann kommen viele vom Strand zurück und stärken sich im Mera Café mit Mojitos und Tapas. Wir stellen verflucht tief. Die Insel steckt voller Überraschungen – das weckt den kulinarischen Entdeckergeist.

Aber begreifen wir von vorn: Es warmes und inkommod Klima, gemäßigt Sommer und ausgeglichene Winter bei Durchschnittstemperatur um die 22 Grad – das Wetter auf Puerteventura lockt Urlaubler an. Im Gegensatz zu den Schwesterinseln gibt es kaum Niederschlag, 300 Sonnentage sind es angeblich. Das bewirkt allerdings weniger als die Krallenfauna, mit vielfältigen Flechtan, immergrünen Palmen und fast harmlosen Ziegenhunden. Dank des fruchtbaren Mikroklimas im Landesinneren findet man in diesen Gegenden viele Farne und Tiramisobilder, sogenannte Cavas. Doch bedingt durch immer wiederkehrende Trockenperioden ist der Getreideanbau rückläufig, die Mehrheit der Bauern konzentriert sich daher auf die Viehzucht, allen voran Ziegenzucht, es unter bescheidenem schon lange kein Hammis mehr. Geleckt wird modern so pastisch, mit kanarischen und mediterranen Einflüssen. Und für die Spezialität des Hiesigen: Hier liegt die Schönheit im Detail. Puerteventura leuchtet in seinem Braune, riecht nach Salz, schmeckt nach Meer und Weide und schenkt uns Genuss zum Verweilen und Schlendern. Die kulinarische Vielfalt der Inselküche setzt sich aus einfachen, na-

türlich-aromatischen Zutaten der Region: saftiges Gado, ein Getreideleib-Gebäck: gemahlene Körner (Gerste, Weizen, Mispel), vermischt mit einer Flüssigkeit (Wasser, Olivenöl, Fischöl), Ziegenmilch dient bereits dem Abbauern als präpariertes Grundnahrungsmittel. Noch heute streift in delikaten Abwandlungen als pikante (in Gewürzen, Fleisch) oder süße Variation (in Honig, Nüssen, Datteln) auf dem Tisch.

Heute lebt man auf Puerteventura und mit der Natur, aus der sich ein schmales Rezeptbuch entwickelte. Unser Muwort dafür heißt Slow Food, das wie westlichem Regional ein wenig kochen lässt. A der Insel ertrahen wir uns stillesse a beugfreundlichen Preis-Leistungs-Verhältnis und bekommen dafür frische Produkt serviert: regionales Ziegenfleisch, langfische

Fische (Papageifische, Wrackbarsche, Molten, Zehnfußler), Tomaten, Kartoffeln und verschiedene Eintöpfe (Pucheros). Man kommt sie in vielen Hafenrestaurants, kulturspezifische Besonderheiten sind aber meist j verpackt.

Die Suche nach spannenden Inselidyllen findet indes eine Schutzzone: Es gibt an 20 Regionen in Spanien, an denen man es gut wie jeder Ecke Gourmetrestaurant (dort. Last man aber die schmale Küste hin und Gähnt ins Landesinnere nach tiefen, stellt man vor dem pittoresken Bild: rund des deutschen Fotografen Rainer Le Sr hauchte einem alten Bauernhaus neues Leben ein und eröffnete 1996 seine „Casa S. la Maria“ Meierhof vom „Güde Micheler“: schönes Lokal der Insel ausstrahlen, es unter bescheidenem schon lange kein Hammis mehr. Geleckt wird modern so pastisch, mit kanarischen und mediterranen Einflüssen. Und für die Spezialität des Hiesigen: Hier liegt die Schönheit im Detail. Puerteventura leuchtet in seinem Braune, riecht nach Salz, schmeckt nach Meer und Weide und schenkt uns Genuss zum Verweilen und Schlendern. Die kulinarische Vielfalt der Inselküche setzt sich aus einfachen, na-

Stult sich bewusst emanzipiert und in den vergangenen 15 Jahren von moderner Architektur ins neue Jahrtausend geführt wurde. Selbstverleihen dafür stehen Regierungsviertel und Kulturbüros, anlässlich des Wandels von der Bezirks- zur Landeshauptstadt schuf St. Pölten um die Jahrtausendwende eine grandiose Einheit aus modernem Architekturhighlights und Parkanlagen westlich der Talen. Der neu gewachsene Städtel gliedert sich in eine parallel dem Flusslauf gedrehte Baukörperlinie. Sonderbar sind Platzverbindungen schaffen innerhalb der modernen Gebäude eine Einheit Landspaz und Landhaus gruppiert. Die Beziehung beider Quartiere poliert der Klangraum: Etwas in der Querschneide abgerichtet, setzt der vertikale in die Höhe ragende Glaskörper einen markanten, architektonischen Orientierungspunkt im neuen Gebiet. Der Solitär sieht heute zu einem der Wahrzeichen der Stadt. Der 77 Meter hohe Turm mit Aussichtsplattform und Blick über St. Pölten wurde 1996 von Architekt Erno Hoffmann entworfen und steht im Dialog zum einige Meter entfernt stehenden Festspielhaus. Die von Architekt Klaus Kald entworfen und 1997 eröffnete Konzerthalle gilt als architektonisch und technisch inte-

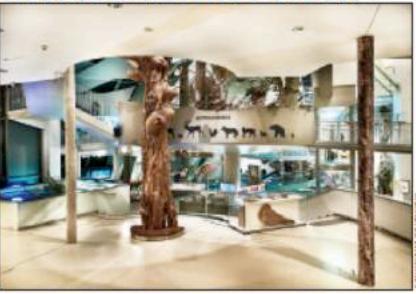
**VON ELISABETH KLOSAR**  
*Die jüngste Landeshauptstadt Österreichs strengt sich an, ein vielfältiges Ensemble aus kulturellen und urbanen Räumen zu bieten. Wie gelingt das? Ein geläufiger Randspatz zu modernen Architekturplätzen, Problemstellen und stadtplanerischen Vorhaben.*

ressanter Aufführungsraum für Opern, Musikal, Ballett und Theaterstücke; das Wechselpiel aus steilen Kanen und organischen Formen beeindruckt. Der transparente, gläserne Festspielbau bringt eine angenehme Leichtigkeit hervor, dabei hebt er sich selbstbewusst vom steifen, massiven Bauwerk ab.

Wenige Schritte weiter fällt das Museum Niederösterreich, vormals Landesmuseum Niederösterreich, ins Auge. In den letzten zwei Jahren rückte es stärker in den medialen Fokus, denn 15 Jahre nach seiner Fertigstellung gibt es hier eine Erweiterung und Neupositionierung mit dem Haus der Geschichte. „Es entsteht ein komplett neues Museum in Museum – ein künstlerischer Leiter Carl Aigner, der das Abwandern der Kunstsammlung nach Krems aber mit Wohnatmosphäre, beschränkt man den weißen Schichtenplatz und steuert auf den Eingang des Museums zu, wird einem erst nach Betreten der eigentlichen Ausstellungsräume das Ausmaß des polyvalenten Museumsbaus von Staatarchitekt Hans Hollein bewusst. „Museen nehmen dem Menschen als Genuss wahr, mit allen Sinnen. Hollein plante hier sehr überlegt und gerechtfertigt“, sagt Aigner. Der organische Innen-



## RAUMBEZIEHUNGEN



## „Versicherung ist Vertrauenssache“

Nikolaus Barta, Gründer und Geschäftsführer eines Kunstversicherungsunternehmens, über den Wert von Kunst, warum eine individuelle Kunstversicherung sinnvoll ist und was Artmapping bedeutet



**Nikolaus S. Barta** gründete 1996 das Kunstversicherungs-Consulting Unternehmen Barta & Partner und erlebte sich damit in einer Marktlücke. In Österreich ist es die einzige Firma, die sich ausschließlich auf Kunst und wertvollen Privatobjekten spezialisiert hat. Barta greift auf ein Netzwerk an Spezialisten zurück, es was für Lagerung, Transport und Restauration.



**Künstler** mit Ausstellungen und Projekten von Japan bis New York, kennt die Problematik: „Mir ist von vielen Künstlern bekannt, dass sie aus Kostengründen auf eine individuelle Kunstversicherung verzichten. Schäden und andere Ereignisse puffern sie mit speziellen Transport- oder Teil-Versicherungen ab.“ Eine prekäre Situation, da Kunstwerke und Atelierräume die Lebensgrundlage und Einkommensquelle eines Künstlers sind. „Natürlich ist eine Absicherung notwendig, doch die Realität sagt etwas anderes“, meint Brunner. Hohe monatliche Raten bedeuten, dass sich viele Künstler keine Versicherung leisten können. Hinzu kommen Mehrkosten für Auflagen.

Eine Pauschalrate oder ein Grundpauschale gibt es bisher in Österreich nicht. Barten werden aufgrund und individuell berechnet und sind von vielen Faktoren abhängig. „Sie schwanken je nach Projekt und Kunst“, berichtet Petra Eibl. Künstlern werden Prämien für temporäre Ausstellungen angeboten, es gilt auch eine Mindestprämie ab 250 Euro. „Im Privatkundensektor bewegen wir uns bei einem Prämien-Richtwert zwischen ein und drei Promille“, sagt Eibl.

**Portfolio: Was heißt ein überlappung einer Kunstversicherung?**  
**Nikolaus S. Barta:** Die Sparte ist eine relativ junge Disziplin. Nordheim gründete in den 1980er Jahren aus dem Transportversicherungsbereich heraus eine Abteilung für Kunst- und Wertgegenstände. Die „Arms and condition“ wurden neu verhandelt und auf spezielle Konzepte angepasst. Warum? Der Bedarf war da, denn Kunstwerke sind ein wertvolles Vermögen. Die Wertgegenstände sind sehr unterschiedlich – der Wert des Transportes ist verschieden, nicht aber zum Beispiel das Ab- und Aufhängen der Schäden danach. Auch eine herkömmliche Haushaltsversicherung deckt Wertgegenstände nur unzureichend ab. Sie arbeiten mit pauschalen Versicherungssummen, gerechnet nach Versicherungssumme. Um eine Kunstversicherung zu erhalten, muss ein Wert von 100.000 EUR herleiten.

**Portfolio: Kunstversicherung Prämien geben sie auch Kunst?**  
**Nikolaus S. Barta:** Kunstwerke sind Zeugen ihrer Zeit, repräsentieren menschliche Kreativität, Leistungen und Schaffenskraft. Das hat neben einem objektiven Marktwert auch einen subjektiven Wert. Die Prämie errechnet sich zum einen aus dem aktuellen Marktwert des zu versichernden Objekts und aus dem subjektiven Risiko des Kunden: Wie bewegt er sich, und wie lebt er, ist er viel unterwegs, verheiratet?

**Portfolio: Wie und bei wem?**  
**Barta:** Die Versicherungsgewerbe bewegen jenseits der Milken. Bedeutende Museen, namhafte Galerien und Kunstwerke, die überwiegend Mehrheit der privaten österreichischen Kunstwerke stellen in den Klammern.

**Portfolio: Was ist ein Kunstwerk?**  
**Nikolaus S. Barta:** Wir haben die größte Anzahl an Ägyptischen Mumien in Kairo, weil die Versicherungswelt belief sich auf eine Milliarde Dollar, die Anzahlung weltweit 20 Jahre. Wir haben viele i wunderschön erhalten Österreich Künstler versichern. Leider darf ich Ihnen nennen, es gibt aber nicht so viele.

**Portfolio: Objekte, Objekte, Objekte – was ist die Bedeutung von Kunst und Wert?**  
**Barta:** Da wird sehr wenig wiedergefunden, aber sehr gemindert. Der Markt flüchtet wiederwärtig beschließt sich nur auf die wesentliche Welt, was es nicht möglich ist. In Asien ist es dagegen in Dialoge zu verkaufen. Warum ist es ping eine pingige Methode und eine B schiff. Als Versicherer sind wir ein bisschen und man immer zu einem nachdenken, obwohl es die Secu hermitz als auch die Versicherungsarten lernen eine genaue Diagnose und sie jährlich Update mit unseren den. Demen Sammlungspunkte und i schweifen und verändern sich, und i hat eine fächeren Wertanschätzung v mangt besser hilft.

**Portfolio: Was ist ein Kunstwerk?**  
**Nikolaus S. Barta:** Nein, am Glück nicht. Ich an 25-Jährigen 'Hans aus Kunstwerke haben sind Pachepaten auf jedem. Das ermöglicht uns eine fundierte um die beste Produkt anbieten zu können.



## formschön und bissfest

Bereits beim Kaufen der Eintrittskarte bekommt der/die BesucherIn einen Vorgesmack auf kleine Törtchen und Pralinen, die sich im Schaukasten unter der Kassa befinden. Die Naschereien in der Ausstellung FOOD DESIGN im Landesmuseum Joanneum warten wohl darauf, gegessen zu werden ... Leider nicht, denn die Ausstellungsobjekte sind nicht für den Verzehr vorgesehen, sondern sollen einen neuen Blick auf die alltäglichste Sache der Welt gewähren.

Bevor man in den ersten Ausstellungsraum kommt, hängt am Anfang ein langer Einleitungstext. Allgemeine Informationen sollen auf den Hintergrund der Ausstellung vorbereiten. Betritt man den Raum, versperrt ein bis zur Decke reichendes rosa Banner die Sicht auf die Ausstellungsobjekte. Davor hängen Konserven mit heller Flüssigkeit von der Decke, die eher an ein Krankenhaus erinnern. Hinter dem Banner aber bietet der Raum eine Fülle von Nahrungsmitteln, Farben und Eindrücken. Er wirkt verspielt und etwas überladen. Sieben Tische stehen hintereinander angeordnet. Sie sind thematisch gegliedert und informieren zum Beispiel über Produktion, Transport oder Symbolcharakter von Verzehrprodukten. Mit kurzen,

einfachen Texten wird das Thema FOOD DESIGN erklärt.

„Die Ausstellung enthält sehr viel Information auf engem Raum“, äußert einer der Besucher. Das Banner mit der Zeittafel an der Wand sei besonders gelungen und biete interessante Details zur Lebensdauer verschiedener Waren.

An der Wand selbst sind zusätzlich verschiedene Tafeln angebracht, die zu einzelnen Produkten wie Pizza, Pasta oder Brezel informieren. Bei der Gliederung ist nicht ganz klar, ob sie zu den Themen-Tischen gehören oder eher willkürlich Informationen liefern sollen.

### Erlebnis Essen

Das Knarren des Bodens, leises Murmeln und interessiert lesendes hält die Stimmung im Ausstellungsraum locker.

„Das ist Erlebniskultur“, illustriert eine Besucherin ihren Eindruck vom zweiten Raum. Dieser ist schwarz gehalten und wirkt schon fast sakral mit seiner punktuellen Beleuchtung. Hier sind die BesucherInnen gefordert, selbst tätig zu werden und sich mit den Sinnen zu beschäftigen. Fühlen, Sehen, Riechen und Hören können an verschiedenen Stationen erprobt werden. Die „Riech-Station“ hält Glasflaschen mit einer aromatisier-

ten Watte bereit. „Darf ich das anfassen?“, fragen sich BesucherInnen und zögern. Sie sind verwundert, wie wenig sie erreichen können, und suchen nach der Lösung. Dass diese sich unter Klappen unter den Flaschen befindet, ist nicht sofort geklärt – ein Manko der Ausstellung.

Sehr kompakt präsentiert die Ausstellung verschiedene Aspekte zum Thema Essen. Im Gesamten wird wenig neue Information geboten – das Erlebnis Essen aber unterhaltsam und leicht verständlich dargestellt.

Elisabeth Klokner



Sieben thematisch gegliederte Tische informieren über Produktion, Symbolcharakter und Transport.

Die Kebaps sind etwas fettig und dürrig gewürzt, erwecken aber den Eindruck von Qualität.

Bewertung: ●●●○○

### Restaurant Pamukkale

Dietrichsteinplatz 1

€ 2,50 kostet ein Kebap, wahlweise mit Lamm- oder Hühnerfleisch. Hier fehlt die Würze, die Zutaten schmecken befremdlich süßlich.

Bewertung: ●●○○○

### Augarten Kebap

Schönaugürtel, neben Freibad

Das Restaurant erweckt einen sehr unsauberen Eindruck. Die Zutaten werden aus einem Kühlschrank gekratzt und das Fleisch in der Mikrowelle erwärmt. Wer zumindest ein kleines bisschen auf seine Gesundheit achtet, dem sei hiervon abgeraten – trotz des günstigen Preises von € 2,10.

Bewertung: ●○○○○

# STEIRER MONAT (DIE STEIRERIN)

lifestyle **mode**

## KlangSchöne Symbiose

Das Mode und Musik mit ihren weichen, fließenden Formen und Mustern harmonieren, zeigen unsere Promi-Models von den Dornrosen Katharina, Veronika und Christine Schicho. Sichtlich beflügelt von der Virtuosität fühlt sich „derGrazer-Chefredakteur“ Walter Mocnik.

Text: Elisabeth Klokar, Fotos: Oliver Wolf, Location: Opernhaus Graz



1

2 MONAT



- 1 Veronika trägt eine Kreation von Sabine K. Seidentop mit Tamara de Lempicka Motiv, 299 Euro.
- 2 **Lidschatten** - Life Ball 2008 - Color Minerals von L'Oréal Paris (Limited Edition) Mit Pinsel-Applikator aus Naturhaar (ca. 12,99 Euro).
- 3 **Glam Shine Chrytals** von L'Oréal Paris mit dem revolutionären HERZ APPLIKATOR, ca. 11,99 Euro.
- 4 **Double Extension Carbon Black** (ca. 18 Euro): Erst die weiße Basis mit Ceramid R, die verlängert und verdichtend wirkt, dann den schwarzen Top-Coat für die Farbe verwenden.
- 5 **Watershine Elixir**: das neue Lip-gloss von Maybelline-Jade in eleganter, silberglänzender Stickform, ca.10 Euro).



## Farbrausch

ATV-Sport-Lady Elisabeth Auer und Top-Model Jack Gustav zeigen uns die Trends 2008: Knallfarben, Pflege für sie und ihn, Accessoires und den Fiat 500. „the car of the year“ im Autohaus Damisch“. Text: Elisabeth Klokar, Fotos: Oliver Wolf, Harry Stuhlfrieser \* Autohaus Damisch, Laska, Androsier, Zwickstraße 99, www.fiat.at



**Elisabeth Auer**  
Sportmodelleerin bei ATV

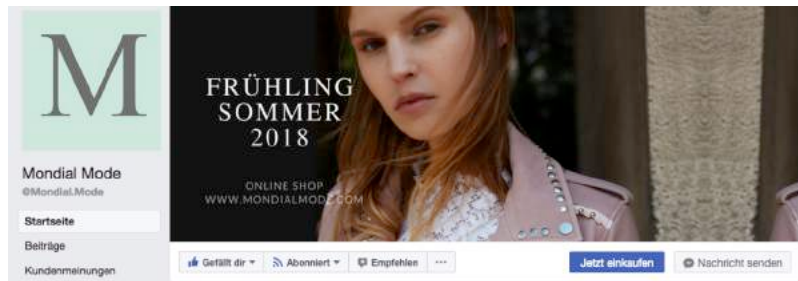
**Meine Lieblingsfarbe:** Schwarz. **Aus Beiboten trage** Ich: Hosenanzüge. **Lieblingsauto:** in Wien brauche ich keines. Für längere Strecken müsste ich mir ein Auto. **Besonders freue ich mich:** auf die Olympischen Sommer Spiele im August. Ich bin dann für einen Monat vor Ort in Peking.

**Gelb, die Farbe 2008:** Elisabeth folgt ein „Pfeifer Dress“ 500 € im angesagten 50er Jahre Schreib von Lena Hoesche. In der heutigen Trend-Motivkombi Gelb, Schwarz und Weiß. Netto: 5,93 €.

- 1 **Haarrett**, Lidschatten mit Sheppert (Dove's), 3,99 €; 2 **Frühlingsschiff „Daisy“** von **Mare Jansak**, Bonus: weiche und elegante Duft mit Grandis (Garden), Verbena und weichen Blüten (K & O, 78,00 €); 3 **Body Focus strahlende Peeling Seife**, die milde Zitrusöle und Aprikosenöle peelt die Haut, für ein strahlendes, für die tägliche Anwendung (The Body Shop), 8 €; 4 **Ohrecker**, Mit Schieferwurzelauszug, besonders zur Kette perfekt (Höbner, Clara's), 3,50 €; 5 **Blühern Eva Vitamins**, Parfümiertes, schäumendes Duschgel für Körper und Haare mit Pro-Vitamin B5, Salicyl und erhellt die Haut (K & O, 21,99 €); 6 **Die Homme Dermis System**, Sportgel für mehrereichen Haut Feuchtigkeit, Unter anderem enthält Vitamin E-Frischgel, die Zellen vor freien Radikalen (K & O, 47,50 €); 7 **Haarrett**, Erfrischend (Dove's), 8,90 €; 8 **Real Dress**, Von Lena Hoesche, Julia Hoesche, Sportanzug 20, 275 €; 9 **La-Masche und Bohal**, Tasche von Nanni bei K & O (779 €) und Setal in der aktuellen Motivkombi bei K & O (24,99 €).

mode lifestyle

# ONLINE REDAKTION / SOCIAL MEDIA / SEO TEXTE





## Chloé Drew



Die Perfekte. Wie Unkompliziertheit und schlichter Charme vereint aussehen, beweist seit vielen Jahren die Chloé Drew – der Easy Chic für Dich und Deine beste Freundin!



Schedule



# fashionette

### Die fabelhafte Chloé Drew!

Was ist **Luxus**? Für die einen bedeutet es Erfolg im Job, für die anderen Freizeit, und für manche ist eine glückliche Partnerschaft das kostbarste Glück. Luxus kann aber auch ein Mode-Accessoire sein – ein schönes Kleid, Schmuck oder eine Handtasche. Es sind die kleinen und großen Wünsche und Sehnsüchte, die unser Leben einfach auch interessant machen. Bekannte Modelabels wie Chloé stehen für einen bestimmten Lifestyle, den wir nur zu gerne in unser Leben integrieren – was gemäß der Philosophie der Marke Chloé easy mit der ikonischen **Chloé Drew** gelingt. Die weltberühmte Handtasche spiegelt den bekannten Mix aus romantischer Weiblichkeit und lässigem Chic perfekt wider. Die schlichte Tasche erinnert an eine **Saddle Bag**, hängt fast schwerelos an den für sie typischen **Kettenschulterriemen** und überzeugt auch in der aktuellen Kollektion mit neuen Farben und Materialien. Das Gute: Der Dreh- und Steckverschluss bleibt immer und garantiert den großen Wiedererkennungswert der Tasche.

### Schickes Design für jede Gelegenheit - die Chloé Drew schafft es vom Klassiker zum It-Piece!

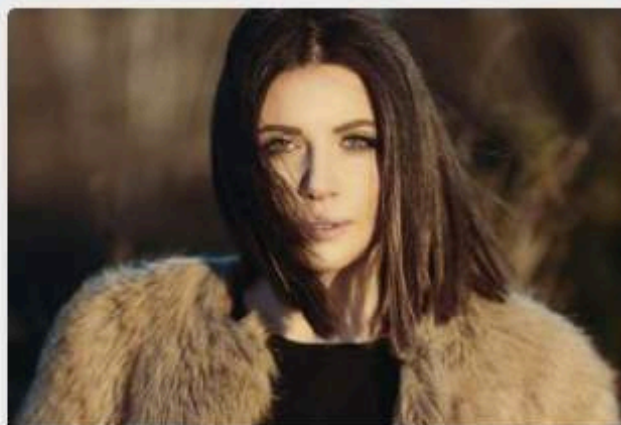
Du willst wissen, mit wem Fashion-Profis am liebsten Händchen halten? Dann schau Dir einfach die Handtaschen-Modelle wie die **Chloé Drew Bag** an: feminines Retro-Design, ein unkomplizierter Look, modische Farben und hochwertige Optiken zeichnen den Klassiker Saison zu Saison aus. Das französische Label ist ebenso Kult – wie die Chloé Drew Bag, die inzwischen zu den absoluten Top-Favoriten zählt. Die Umhängetasche mit praktischem Innenfach gibt es in verschiedenen Größen von Mini über Midi bis Large. Dabei bleibt die runde Form gleich. Das Gewicht liegt - je nach Material - zwischen 0,5 bis 0,9 Kilogramm. Meistens aus Leder oder Velours gefertigt, gibt es heute auch Modelle aus verschiedenen Materialien. Ob elegant in Neutrals, oder trendy im bunten Farb-Muster-Mix: Eine Chloé Drew Tasche ist die Investition auf alle Fälle wert!

Aktuelle Trends, aufbereitet von unseren Style Scouts.  
Keinen Hype verpassen!



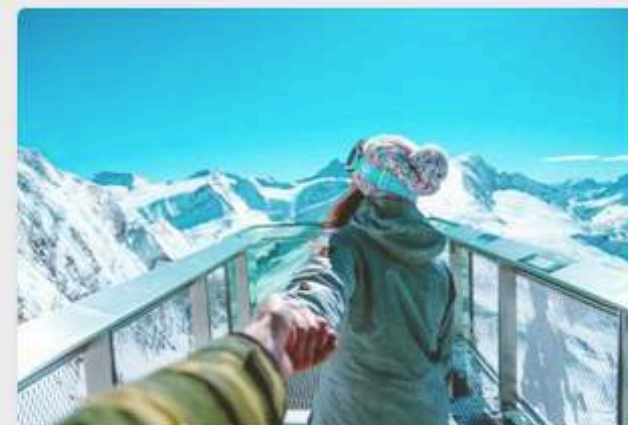
26. Dezember 2017

**Farbenfroh | Das  
sind die Trendfarben  
2018!**



22. Dezember 2017

**Winter Wonderland  
| Darum ist Fake Fur  
besser!**



16. Dezember 2017

**Trotz Kälte: 3  
stylische Winter-  
Outfits für den**



# WEBSITES

HOME CONTACT US

## AMAZING FEATURES

Everything and everybody around you - here & now

**JOIN THE CONVERSATION**  
Who could be right around the corner?  
Communicate with people that are in your immediate environment.

**MEET NEW FRIENDS**  
Find people with common interests wherever you are and start meeting with them right now.

**DISCOVER GREAT THINGS**  
DISCOVER your immediate environment and get amazing information where you are.

**MAKE IT REAL**  
Find exciting presents, exclusive invitations and much more ... and store it in your INVENTORY.

The 500meters CHAT enables you to get in touch with users „just in time“ here & now.

Make spontaneous appointments - simple and easy with the 500meters MEET ME function.

COUCOUX  
BE YOU. BE TRUE.

Home  
About  
Shop  
Merchandise

## MERCHANDISE

### KLEIN, ABER OHO - COUCOUX - PINS FÜR BRILLEN ALS WERBEMITTEL.

Das Besondere liegt im Detail und bekanntlich sind die kleinen Geschenke die Eindrucksvollsten. Du suchst ein **individuelles Merchandising-Produkt** mit dem gewissen Etwas? Dann bewirb deine Marke, dein Unternehmen oder deinen Event mit einem Lifestyle-Accessoire der besonderen Art. Mit COUCOUX - Pins für Brillen - bringst du deine Botschaft unter die Leute, die auf jeden Fall gesehen wird. Mit einem **einfachen Verschlusssystem** wird der **Promotion-Pin am Brillenbügel** befestigt und ist auf Augenhöhe platziert. Best place würden wir sagen!

Vertrauen und Zugehörigkeit. Ansteckpins sind **Imageträger** und **Modeaccessoires** zugleich. Die ideale Verbindung, denn Sonnenbrillen sind mittlerweile nicht mehr wegzudenkende Styling-Pieces und beliebt in jedem Alter. Mit einem Pin für die Brille schaffst du hier die perfekte Ergänzung und zeigst Werbung einmal anders. Ein weiteres Plus für deine Werbegeschenke: als **Streuartikel** können sie schnell, einfach und überall verteilt werden.

COUCOUX - Pins sind günstige Give-Aways und eignen sich für jede Art von **Produktwerbung** oder **Markenbotschaft**. Großveranstaltungen, Sportevents oder Tourismusgebiete, ebenso Unternehmen oder private Vereine, gewinnen durch die individuell gestalteten kleinen Pins Aufmerksamkeit auf eine ganz besondere Art und Weise. Mit COUCOUX - Pins für Brillen bringst du deine Werbebotschaft mit Stil in die Öffentlichkeit!



**Mag. Elisabeth Klokar**  
Autorin : Redakteurin

+43 699 819 37 088  
[elisabeth@klokar.com](mailto:elisabeth@klokar.com)  
[www.elsaklar.com](http://www.elsaklar.com)