

LIFESTYLE

STIL KOMPAKT

FOTOSHOOTING

Schenkenberg posiert mit Wasserball-Team

Zum Launch seiner neuen Bodywear-Kollektion hat sich Topmodel Marcus Schenkenberg mit den Athleten des Wasserball-Teams Deutschland fotografieren lassen. Die Sportler sind durch ihre Vorbereitung auf Olympia 2012 gerade in Bestform. Starfotograf Erik Bont setzte das Sujet mit dem schönen Schweden für die aktuelle Ausgabe des Männermagazins FHM in Szene.



Dafür wurden die Wassersportler in einem stillgelegten, alten Berliner Stadtbad im Stil römischer Gladiatoren fotografiert. Eine willkommene Abwechslung zum harten Trainingsalltag, sagt Marc Politze, Kapitän des Wasserball-Teams.

WIEDERGEFUNDEN

Das Comeback der Schluppenbluse

Die Schluppenbluse war das Erkennungsmerkmal der Hausfrau in den 40er Jahren: bieder, konservativ, hochgeschlossen. Und gerade dieses Kleidungsstück findet nun seinen Weg zurück in den Kleiderschrank. Die Rolle rückwärts in der Zeit sei ein Spiel mit Stilbrüchen, erläutert die Stilberaterin Silke Gerloff aus Frankfurt. „Die Schluppenbluse kann als weibliches Element gut das Bürooutfit im Männerstil ergänzen und so Kontraste setzen.“ Zu beachten gilt es aber, dass die Schluppe allein den Hals zierte und kein auffälliger Schmuck ihr die Schau stiehlt.

TIERSCHUTZ

Mit einem Styleguide gegen Pelz kämpfen

Mit dem neuen Online-Styleguide „Check your style“ will der Zürcher Tierschutz junge Leute für pelzfreie Mode erwärmen. Man ist auch ohne Tierpelz gut angezogen, so die Botschaft. Modeexperte Yannick Aellen wählt die besten Zürcher Outfits und gibt Styling-Tipps. Aellen, u.a. Casting Director für Heidi Klum und Modeschau-Produzent in Europas Metropolen, wählt mit einem Team von Fashion Scouts das Beste aus, was Zürich in Sachen Style zu bieten hat. www.pelzinfo.ch

Folgen Sie **Oliver Jeges** auf Twitter
twitter.com/wk_jeges



„Es geht um das Aha-Erlebnis“

Sternekoch Marco Müller brutzelte zuletzt für den Papst. Ab heute kocht er alle zwei Wochen für „Welt Kompakt“

■ Der Berliner Meisterkoch 2011 weiß, was beim ersten Bissen zählt: der Gesamteindruck

ALEXANDRA KILIAN

Behutsam, geradezu liebevoll hebt er seine Kreationen auf den Teller. Mit einer Pinzette zupft Marco Müller Korianderkresse auf angegrillte Wassermelonenwürfel, drapiert geviertelte und in Heu geräucherte Wildwassergarnelenschwänze aus dem Atlantik um Vichy-Gurken-Gelee, träufelt Rosenwasser auf die Platte. Keine Sekunde löst er seinen Blick dabei, leicht vornüber gebeugt steht er am Pass seiner Küche – und vollendet die Komposition seines Gerichts ehrgeizig.

Sein erstes Gericht für „Welt kompakt“: Ab heute wird der Meisterkoch alle zwei Wochen immer freitags kompakt kochen und dabei sowohl Rezepte der aktuellen Speisekarte als auch die Klassiker wie Champagnerkutteln oder krosser Kabeljau der Weinbar Rutz in Berlin-Mitte verraten. Seit zehn Jahren gibt es das Restaurant mit ange-

schlossener Weinhandlung und Bar auf der Chausseestraße. Benannt nach Sommelier Lars Rutz wirkte hier einst TV-Koch Ralf Zacherl. Seit 2004 ist der Potsdamer Marco Müller nach Stationen wie dem „Alten Zollhaus“ in Berlin und dem „Windspiel“ im Hotel Schloss Hubertushöhe in Storkow hier Küchenchef.

Serviert wird auf dunklem Wurzelholz schlicht eingedeckter Zweiertische. Zwischen gold getünchten Säulen zeigt Müller, dass nicht nur Zutaten und Zubereitung für das Erleben seiner Gerichte wichtig sind. Beim ersten Bissen zähle der Gesamteindruck, sagt er. Mit der Gabel schiebt man von links nach rechts über das Vichy-Gur-



Seit 2004 kocht Marco Müller in der Weinbar Rutz in Berlin-Mitte

ken-Gelee Atlantikgarnele, Grapefruit und Wassermelone auf einen Löffel und steckt sich alle Zutaten auf einmal in den Mund. Nur so kann die Idee, „15 Minuten Atlantikküste zu schmecken“, verstanden werden. Blumig, salzig, säuerlich, warm und kalt, dazu ein gewisser Crunch. So sind alle Reize bedient.

Mit der kreativen Küche taten sich Fachpresse und Publikum zu Beginn seiner Karriere noch etwas schwer. Erst 2007 zeichnete ihn der Michelin mit dem längst verdienten Stern aus, der Gault Millau schrieb, Müller habe es nie ganz leicht im Kreis der hauptstädtischen Herdkünstler gehabt. Und dennoch lautete das Fazit 2010: „In der Summe erklären wir die Debatte um Müllers Stilistik hiermit für beendet und spendieren ihm den verdienten 17. Punkt.“ Dem Stern und den 17 Punkten folgte die Auszeichnung zum „Berliner Meisterkoch 2011“. Vor einem Monat bekochte er mit seinem Team den Papst. „Es geht um das „Aha-Erlebnis“, sagt Marco Müller. „Ein gutes Restaurant muss immer gutes Essen auf den Tisch bringen – da muss was passieren beim Gast.“

Heugeräucherte Atlantikgarnele mit Vichy-Gurke, Grapefruit, Vanilleöl

Zubereitung: Von einer Wassermelone eine anderthalb Zentimeter dicke Scheibe herunter schneiden. Daraus zwölf gleichmäßig große Würfel schneiden. In einer heißen Grillpfanne fünf bis sechs Sekunden anbraten.

Für das Vichy-Gurken-Gelee das Vichy-Wasser mit Gurkensaft und einem Tropfen Rosenwasser mischen. Leicht pfeffern. In einer Schale anderthalb Blätter Gelatine aufweichen. Einen Teil des Fonds erwärmen, mit dem der Gelatine mischen und den Rest des Fonds hinzugeben. Für vier Stunden kalt stellen, bis das Gelee fertig ist. Für die kleinen Tropfen auf dem Teller einen Esslöffel des Gelees abnehmen und mit gehacktem Estragon vermengen. Außerdem 20 Blätter von den feinen Trieben von Korianderkresse abzupfen.

Für das Vanilleöl die Schote mit zwei Esslöffeln Olivenöl Extra Vergine, einer Messerspitze von der Schale einer Grapefruit vermischen und mindestens zwei Stunden kalt stellen. Für die Garnelen eine Pfanne mit Heu auslegen. Heiß werden lassen,

Garnelen darauf platzieren und sofort mit einem Deckel verschließen. Für ein paar Sekunden räuchern, dann Garnelen entnehmen und entdarmen. Mit Öl dünn von allen Seiten einreiben und jeden Garnelenschwanz in fünf gleich große Stücke schneiden. Eine Pfanne erhitzen und die Garnelenstückchen darin angrillen. Lediglich anbraten, damit sie in der Mitte glasig bleiben. Leicht salzen.



Salzig, säuerlich, blumig und mit Crunch: Marco Müller schafft's

Die abgeriebene Grapefruit schälen und filetieren. Vier Filets dritteln. Nun das Gericht anrichten. Dazu

zunächst das Vichy-Gurken-Gelee kreisförmig auf dem Teller verteilen. Jetzt können Garnelen, Grapefruitfilets, die gegrillten Melonenstückchen, Tropfen von Vichy-Gurke, Korianderkresse und das Vanilleöl gleichmäßig verteilt auf den Teller geben. Eine Pinzette erleichtert das Platzieren. Wenn gewünscht, kann abschließend noch mit ein paar kandierten Rosenblätter dekoriert werden. Servieren.

Tipp: Katalanisches Vichy-Wasser ist im Internet bestellbar. Es zeichnet sich durch seinen hohen Salz- und Natriumgehalt aus. Statt des Vichy-Wassers lässt sich auch mineralhaltiges Wasser verwenden, handelsüblich. Korianderkresse ist in ausgesuchten Supermärkten wie dem Frischeparadies zu bekommen. Kandierete Rosenblätter sind im Handel erhältlich, besonders gut eignen sich die von Buschwindröschen. Zum Räuchern der Garnelen bietet sich unbehandeltes Stroh aus der Tierhandlung an. Das Vanilleöl hält sich bis zu einer Woche.

ZUTATEN

Für vier Personen braucht es:

- 8-12 Schwänze von Atlantikwildwassergarnelen (8/12er auf 500 Gramm)
- 1 Scheibe Wassermelone
- 20 Milliliter katalanisches Vichy-Wasser
- 100 Milliliter Gurkensaft
- 1 Viertel Bund Estragon



Junge Triebe von
Korianderkresse
1 ½ Blätter weiße Gelatine
1 Tropfen Rosenwasser
1 Vanilleschote
1 unbehandelte Grapefruit
etwas Heu, unbehandelt
Kandierte Rosenblätter
von Buschwindröschen
Olivenöl Extra Vergine
Salz, Pfeffer

Der Sternekoch richtet mit einer Pinzette die Elemente seiner Kreationen an

Abercrombie & Fitch: Der Store als Star

Die Modekette kommt nach Deutschland

■ Produkte der US-Marke gelten als Kult, werden aber auch belächelt

Ist das jetzt überteuertes Yuppie-Mumpitz oder tolles Zeug? Abercrombie & Fitch, die amerikanische Mode-Marke, die kurz A&F genannt wird, betreibt auf deutschem Boden bislang keinen Laden. Dennoch hat sie hierzulande viele Fans.

Bisher mussten Abercrombie-Anhänger im Internet suchen oder gar in die USA oder ins europäische Ausland reisen – London, Mailand, Kopenhagen, Paris, um Hosen, Hemden oder Hoodies (so heißen die Kapuzenpullis) zu kaufen.

Jetzt aber haben deutsche Fans Grund zur Freude: Noch dieses Jahr soll in Düsseldorf der erste A&F-Store der Bundesrepublik aufmachen. Seit Jahren schon sind etwa Shirts der Marke als USA-Souvenir oder Mitbringsel beliebt. Mancher Trendsetter behandelte die Tüten wie Trophäen, hält es aber inzwischen sogar für out, A&F anzuhaben. Auch Promis wie der TV-Entertainer Stefan Raab haben die Kleidung mit dem typischen Elch-Logo schon getragen – auch wenn Raab nicht gerade dem Idealbild des A&F-Mannes entspricht. In Kampagnen oder im Webauftritt posieren eher schlanke Typen im College-Alter.

„Viele kennen Abercrombie & Fitch nur aus dem Amerika-Urlaub, aus dem Internet oder von Freunden“, sagt Franz-Rudolf Esch, Direktor des Instituts für Marken- und Kommunikationsforschung an der EBS Business School in Oestrich-Winkel (Hessen). „Gerade diese Verknappung erhöhte bislang die Begehrlichkeit für die Marke, weil sie nicht so einfach für jedermann zu erlangen war“, sagt der Experte.

„Abercrombie & Fitch und die Tochtermarke Hollister nutzen das Prinzip des Word-of-Mouth. Diese persönliche Kommunikation wirkt stärker und ist glaubwürdiger als Massenkommunikation“, sagt Esch. Wahrscheinlich deshalb beantwortet A&F noch lange nicht jede Presseanfrage. Man ist sehr darauf erpicht, die Informationskanäle zu kontrollieren. Klassische Werbekampagnen gelten als unnötig.

Für die Imagepflege geht A&F bisweilen abstruse Wege. Wie etwa bei Michael Sorrentino, Star der US-Reality-Show „Jersey Shore“. Der Italo-Amerikaner bevorzugt Kleidung aus dem Hause A&F. Als die Firmenzentrale darauf aufmerksam wurde, versuchte sie mit Geldzahlungen den Darsteller

der Proll-Serie davon abzubringen, die Kleidung im TV zu tragen. Die Verantwortlichen sorgten sich um das Image ihrer Marke, welche durch die Macho-Serie ihren coolen Charakter beschädigt sieht.

Beim German Council Kongress in Berlin, einer Art Gipfeltreffen der Shopping-Center-Branche, bekamen Fachleute im September anstehenden Expansionspläne zu hören. Richard Collyer, als „Senior Director Real Estate“ sozusagen für die Eroberung Europas zuständig, plauderte aus dem Nähkästchen. Demnach sollen, nach Düsseldorf, im Jahr 2012 auch ein A&F-Laden in Hamburg und einer in München folgen. Von der Tochtermarke Hollister, die bereits seit Ende 2009 in Deutschland vertreten ist, soll es bis 2015 mehr als 30 Shops geben.



A&F Paris: Kundinnen lassen sich mit Model fotografieren

„Durch die Eröffnung immer weiterer Stores könnte die Marke Gefahr laufen, ihren „Zauber“ für deutsche Konsumenten zu verlieren“, sagt Marken-Experte Esch. „Deshalb gilt das Knappheitsprinzip auch für die Zahl der Läden, die man eröffnen kann, um nicht durch ein Überangebot an Begehrlichkeit zu verlieren.“

Bei A&F ist das Shop-Ambiente wohl durchdachte Dramaturgie: die mit Punktstrahlern beleuchteten Kleidungsstücke am Ständer und im Regal, die parfümgeschwängerte Luft und nicht zuletzt die gut aussehenden, grinsenden Verkäufer, die wie makellose Models wirken und zu lauter Musik tänzeln. Im Eingang stehen junge Männer mit nacktem Oberkörper und Waschbrettbauch oder attraktive junge Frauen, die Kundschaft anlocken sollen. Das Einkaufen wird zu einem Erlebnis stilisiert, das Shoppen als eine Art Clubbesuch inszeniert. Das kann man sehr gut finden – oder aber einfach nur richtig albern.