

# JOURNAL

HÁIRstyle 2009/2010

StyleGuide:  
Die internationalen  
Frisurentrends

Prof. Dr. Axel Mattenklott  
Marken sind  
mehr als Produkte

Dr. med. R. Mathias Dunkel  
Nikotin verursacht  
Haarausfall

Schon probiert?  
Late-Night-Styling

Excellent

HÁIR

*Für die schönsten Abschnitte im Leben*

# Excellent HÁIR StyleGuide



## Impressum

Excellent HÁIR StylingJournal  
Sommer/Herbst 2009  
Titel Hairstylist: Khalil Davary (London)  
Foto: Tom Carson (USA)  
Makeup: Betty (USA)

Herausgeber: Khalil Davary  
Excellent HÁIR, Wilhelmstr. 52,  
65183 Wiesbaden, Fon 0611.303275  
www.excellent-hair.de  
Fotos: Reinhard Berg  
Makeup: Jo Maria Dittrich,  
Aleksandra Dimitrijevic, Melek Dilmac,  
Sabrina Greifenstein  
Fashion: Olga Grabowski,  
Modeboutique ‚Paradox‘,  
Langgasse 42, Wiesbaden  
Models: www.birdcage-people.de

Konzept, Texte, Redaktion:  
Blum Concept  
Claudia Blum (CB),  
Fon 06127-9869561  
blum@szene.de  
Texte: Angela Preijs (AP)



Gestaltung:  
Beate Marx, bea@beatemarx.de  
Bildbearbeitung:  
Christian Kriegsheim

Anzeigen:  
Christa Schultz-Engelhard, 0611-547070

Ein Dankeschön an die Global Hair Et Fashion Group, an alle Models und Beteiligten, die bei dieser Ausgabe mitgewirkt haben.  
Ein ganz besonderer Dank gilt auch meinen Mitarbeitern für ihren unermüdlichen Einsatz.  
Khalil Davary

Auflage: 13.000 Exemplare  
Druck: ColorDruck Leimen

© August 2009 Excellent HÁIR, Wiesbaden.  
Alle Rechte sind dem Urheber vorbehalten,  
Veröffentlichungen oder Nachdrucke sind nur  
mit schriftlicher Genehmigung des Heraus-  
gebers möglich. Das Konzept unterliegt dem  
geistigen Eigentums von Excellent Hair. Alle  
Angaben erfolgen nach bestem Wissen aber  
ohne Gewähr. Alle Rechte vorbehalten.  
Verwendung nur mit Genehmigung.

## Creation by Excellent HÁIR

Sämtliche Haarkreationen und Fotos dieses Hochglanz-journals sind ausschließlich vom Hause Excellent HÁIR kreiert und in aufwendigen Fotoshootings in New York, Mailand, London und Deutschland entstanden.

Das Journal dient den Kunden und Lesern von Excellent HÁIR als Leitfaden und bestätigt die hohe, beständige Qualität von Excellent HÁIR.

Der StyleGuide bietet zusätzlich die Möglichkeit, den Namen des Stylisten, der das Styling kreiert hat, zu lesen, um auf Wunsch bei diesem im Hause Excellent HÁIR einen Termin zu vereinbaren.

Excellent Hair bedankt sich bei allen Mitwirkenden, die dieses aufwendige Journal umgesetzt haben.  
Alle Rechte vorbehalten.

Allen Kunden und Lesern viel Spaß, Freude und Vergnügen beim Lesen und Durchblättern!

*K. Davary*  
Ihr Excellent HÁIR Team



*shorts*

ab Seite 8



*halbe  
Länge*

ab Seite 22



*lang  
city-look*

ab Seite 36



*lang  
festlich*

ab Seite 48

Excellent HÁIR	Interview mit Khalil Davary	4
	Excellent HÁIR – das sind wir	6
	Internationale Unternehmer-Auszeichnung für Khalil Davary	12
	Über uns spricht die Welt	12
Glosse	Ein wirklich guter Jahrgang: Die Frau ab 35	17
Gesundheit	Ein Index, der es in sich hat: der BMI	18
Prof. Dr. Axel Mattenklott	Wir Konsumenten in der Wirtschaftskrise	28
Pfr. Thomas Hartmann	Kann das Leiden wirklich einen Sinn machen?	35
Prof. Dr. Axel Mattenklott	Marken sind mehr als Produkte	41
Dr. med. R. Mathias Dunkel	Nikotin verursacht Haarausfall	46
Excellent HÁIR	Late-Night-Styling	63

# Ein Interview mit dem renommierten Friseur Khalil Davary



## Wie würden Sie Ihre Unternehmensphilosophie beschreiben?

Wie man schon dem Namen unseres Salons entnehmen kann: Exklusiv – im Sinne unserer Kunden, mit außergewöhnlichem Kundenservice, zum Beispiel die Öffnungszeiten und das Late-Night-Styling, daher Excellent HÁIR!

Immer absolut aktuell und Trends setzend. Nur wer sich in unserer Branche ständig und stetig weiterbildet und den Mut zeigt, eigene Kreationen nach außen zu präsentieren, ist auch exklusiv. Unsere Kreationen werden von anderen Friseuren häufig imitiert und nachgeahmt, aber die Ersten und damit die Trendsetter sind wir! Wir entwickeln ständig neue Prozesse im Interesse unserer Kunden. Das unterscheidet uns deutlich von anderen Friseuren, und unsere Kunden wissen das. Bei uns kann sich der Kunde gut aufgehoben fühlen, und wer will, kann auch durch uns und unser Styling ein Trendsetter werden, da wir maßgeblich und weltweit Frisurentrends für das kommende Jahr setzen, was viel Aufwand bedeutet und ein immenses Pensum an Arbeit erfordert.

## Welche Marketingaktionen haben Sie bereits für Ihre Kunden angeboten?

Wo soll ich anfangen, es waren schon so viele? Wir machen zum Beispiel seit vielen Jahren ein eigenes Frisurenjournal, in dem ausschließlich selbst kreierte Friseuren auf ca. 70 Seiten im Hochglanzformat zu sehen sind. Das ist meines Wissens nach einmalig in der Branche. Es steht immer der Name des Stylisten daneben, und wenn dem Kunden eine Frisur gefällt, kann er einen Termin bei genau diesem Stylisten vereinbaren.

Wir vergeben regelmäßig die „Goldene Haarnadel“. Diesen Preis haben wir selbst ins Leben gerufen, um die besten Stylisten aus unserem Hause auszuzeichnen. Die Jury bilden unsere Leser und Kunden, die ihren Favoriten wählen. Man kann es ein wenig mit einer Bambi-Verleihung vergleichen. Aus der Preisverleihung machen wir ein eigenständiges und aufwendiges Event, zu dem alle Kunden und Freunde eingeladen werden und bei dem auch gerne die Presse gesehen ist.

Als neuestes Produkt haben wir die Zeitung „Fashion affairs“ ins Leben gerufen. Hier haben auch andere Unternehmen eine Plattform, ihr Unternehmen speziell und hochwertig zu präsentieren, um nur drei Aktivitäten zu nennen.

## Wie war die Resonanz der Kunden?

So gut, dass inzwischen vorausgesetzt wird, dass diese Journale regelmäßig erscheinen – und wehe, wenn nicht! (lacht). Damit ist es uns bereits gelungen, überregional, ja sogar weltweit, unseren Bekanntheitsgrad auszubauen. Auch von anderen Friseuren werden diese Journale zur Vorlage und als Orientierung des Kundengesprächs genutzt.

## Welche Methode nutzen Sie zur Kundenbindung?

Wir brauchen zur Kundenbindung keine klassischen Instrumente wie Gutscheine, Preisnachlässe etc. Für uns gibt es nur ein plausibles Mittel zur Kundenbindung: Gleichbleibende Qualität, egal was passiert. Sollte auch die Welt untergehen, in unserer Oase der Ruhe bekommt das der Kunde nicht mit. Launen am Kunden auszulassen oder Hektik zu verbreiten, wenn es mal eng wird, ist für mich und meine Mitarbeiter ein „no go“. Der Kunde kann sich sicher sein, dass ihn bei uns immer dieselbe Ruhe erwartet, dass er Gelassenheit und Qualität und Beratung erlebt, wie er es von einem Friseurbesuch auch erwarten kann, egal wie oft er schon bei uns war. Eine Verringerung dieses Standards gibt es nicht.

Man kann noch so viel Werbung und Marketing machen, wenn man das, was man verspricht oder kommuniziert, nicht halten kann, wird man eher noch Kunden verlieren als gewinnen.

Allerdings dienen als Informationsträger für unsere Leistungen und zur Kundengewinnung unsere bereits erwähnten Zeitschriften und unser zusätzliches Leistungsangebot. (CB)

*„Es gibt noch etwas anderes als Moden;  
es gibt Werte, es gibt Wahrheiten.“*

*Simone de Beauvoir*

Ibrahim Demir fertigt seit mehr als zehn Jahren Maßschuhe. Handgenäht, aus duftendem Leder präzise gefertigt. Solide und stilecht.



**MASSSCHUHE. MASSKONFEKTION. REPARATURSERVICE.**



**DEMIR**  
Handgearbeitete Maßschuhe

**Schuhatelier Ibrahim Demir** Webergasse 1/Nassauer Hof 65183 Wiesbaden Tel 0611 3415342  
mail@schuh-demir.de www.schuh-demir.de

Excellent

HÁIR

...das sind wir!



Name:

*Khalil Davary*

- Inhaber und Geschäftsführer von Excellent HÁIR
- Gewinner Mediaaward 2006 NY, für Veröffentlichungen von mehr als 1000 Bildmotiven in über 300 Fachmagazinen im Handel in USA und Kanada
- Gewinner der Salon Mediaaward Intreprenuer, Unternehmerpreis 2009 im Juni in London
- Herausgeber der Lifestylezeitung „Fashion Affairs“ und des Excellent HÁIR-Journals



Name:

*Masoom Davary*

- Geschäftsführer Salon Geisenheim, stellvertretender Geschäftsführer Salon Wiesbaden, spezialisiert auf Damen- und Herren-Schneidetechniken, Haarverlängerungen/Haarverdichtung, Colorist für Highlights, Farbtechniken.
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
12 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Dem Kunden professionell, nahbar und respektvoll gegenüber zu treten, sowie mein ganzen Engagement einzubringen.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Gemeinsam mit dem Team Ideen umzusetzen und inspiriert zu werden



Name:

*Rita Saleh Davary*

- Stellvertretene Geschäftsführerin Salon Wiesbaden, spezialisiert auf Damen-Schneidetechniken, Coloristin für Highlights, Farbtechniken.
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
12 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Ich bemühe mich die Kundenwünsche zu verstehen, um sie dann professionell und individuell – sozusagen „maßgeschneidert“ – umzusetzen und meine langen beruflichen Erfahrungen an den Kunden weiter zu geben.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Alles was der Beruf mir am Möglichkeiten gibt, z.B. Kreativität und Menschennähe.

Das  
Excellent HÁIR-  
Dienstleistungs-  
angebot:

- Individuelle Beratung.
- Haarschnitt-Techniken von modisch-aktuell bis hin zu klassisch-zeitlos oder gewagt und progressiv.
- Brautfrisuren und festliche Frisuren auf jeden Anlass perfekt abgestimmt.
- dauerhafte Haarglättungen bei welligem, gelocktem oder krausem Haar
- spezielle Farb- und Strähnentechniken in Verbindung mit hochwertigen Farbprodukten von bekannten Markenherstellern wie z.B. Schwarzkopf.
- Ultraschalltechnik von Great Lengths für Haarverdichtung und Haarverlängerung.
- Professionelle Spiralform und Volumenwelle in verschiedenen Formen und Techniken.



Name:  
*Hülya  
Kilinc-Varlik*

- Spezialisiert auf Damen-, Braut-, festliche und Herren-Schneidetechniken, Coloristin für Highlights, Farbtechniken.
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
10 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Freundlichkeit, Service und eine optimale Erfüllung der Kundenwünsche.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Der Umgang mit Kunden und die Kreation von neuen Frisuren.



Name:  
*Valentina Ertugrul*

- Spezialisiert auf Damen- und Herren-Schneidetechniken, Coloristin für Highlights, Farbtechniken.
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
5 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Ich freue mich jedes Mal aufs neue wenn meine Kunden nach einer individuellen Behandlung Zufriedenheit und Wohlbefinden ausstrahlen.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Neben der täglichen Kommunikation ist es für mich jedes Mal aufs Neue sehr motivierend, wenn meine Arbeit von den Kunden geschätzt und anerkannt wird.



Name:  
*Axana Roleder*

- Spezialisiert auf Damen, Herren, Braut und festliche Schneidetechniken, Coloristin für Highlights, Farbtechniken.
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
1,5 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Begrüßung, individuelle Beratung. Der Kunde soll sich bei uns rundum wohl fühlen. Der ganze harmonische Ablauf.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Kunden zu verschönern, Kreativ zu sein. Neue Ideen auszuprobieren. ...und wenn der Kunde glücklich ist, bin ich es auch.



Name:  
*Svetlana  
Kaprishanska*

- Spezialisiert auf Schneidetechniken, Coloristin für Highlights, Farbtechniken, Fönfrisuren
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
7 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Meine Kunden zu verschönern. Ich lege Wert auf das Wohlbefinden des Kunden und darauf, auf seine Wünsche individuell einzugehen.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Die Kunden zu verschönern.



Name:  
*Irina Horst*

- Coloristin für Highlights, Farbtechniken, dauerhafte Haarglättung, Fönfrisuren
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
5 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Freundlichkeit, Aufmerksamkeits, Flexibilität, Ehrlichkeit.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Es ist ein modischer Beruf, man hat viel Kontakt zu Menschen.



Name:  
*Jalil Davary*

- Spezialisiert auf Damen- und Herren-Schneidetechniken
- Wie lange bist Du bei EH beschäftigt?  
2 Jahre
- Worauf legst Du besonderen Wert bei einem Kunden?  
Optimale Beratung und Umsetzung der Kundenwünsche.
- Was macht Dir besonders Spaß an Deinem Beruf?  
Der Umgang mit Menschen und die Veränderung der Kunden zu sehen.

# shorts

Neben langen und gelockten Mähnen oder dem derzeit beliebten Pagenkopf wird es nicht nur in der Mode richtig kurz, sondern auch auf dem Haupt, je kürzer umso besser. Prominente wie Katie Holmes, Sharon Stone und Sängerin Rihanna machen es der Damenwelt vor. „Sexy, selbstbewusst und frech“ lautet das Lebensmotto der Frau von Welt. Zwei Looks sind laut Excellent HÁIR dieses Jahr dominant:

Der erste Look präsentiert sich in klaren, markanten Linien und unterstreicht damit die Gesichtskonturen. Der Look ist kompakt und die Farben werden Uni gehalten, um von der Ausstrahlung und den Gesichtszügen nicht unnötig abzulenken. Blond, Braun oder Rot – alle Frisuren bestechen durch den besonders frechen Schnitt auch ohne viele eingearbeitete Highlights.

Der zweite Look wird stufig, fransig und mit viel Struktur herausgearbeitet. Der Schnitt bringt Volumen ins Haar. Diese Schnitte sind auffälliger gestaltet und versprechen mit leuchtenden Highlights ein Hingucker zu werden.

#### Excellent HÁIR Wiesbaden:

Wilhelmstraße 52  
65183 Wiesbaden

Fon **0611 . 30 32 75**

Mo-Sa 8.00-20.00 Uhr,  
Mi und Fr 8.00-22.00 Uhr

#### Excellent HÁIR Geisenheim:

Prälat-Wertmannstraße 4  
65366 Geisenheim

Fon **06722 . 710 97 27**

Di-Fr 9.00-19.00 Uhr,  
Sa 9.00-15.00 Uhr



.....  
*Hairstylist* Masoom Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

shorts



*Hairstylist* Svetlana  
Kaprishanska  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg



.....  
*Hairstylist* Khalil Davary  
(London)  
*Makeup* Betty  
*Foto* Tom Carsen  
.....



.....  
*Hairstylist* Khalil Davary  
(Mailand)  
*Makeup* Betty  
*Foto* Tom Carsen  
.....

# Salon Media Award International Entrepreneur 2009

Internationale Unternehmer-Auszeichnung an  
**Khalil Davary** wurde in London überreicht!



Khalil Davary (rechts) Inhaber von Excellent HÁIR, Wiesbaden nimmt den Preis von Frans van Raavenswaay, Direktor der Global Hair & Fashion Group direkt in London entgegen.

Der deutsche Top-Friseur Khalil Davary, Inhaber des Wiesbadener Salons Excellent HÁIR, wurde mit dem einzigartigen internationalen Unternehmerpreis der Frisurenbranche ausgezeichnet. Er erhielt die Ehrung „Salon Media Award, International Entrepreneur 2009, Khalil Davary“ von der Global Hair & Fashion Group (USA) direkt in London in den exklusiven Film- und Fernsehstudios „the worx“.

Khalil Davary nahm den Preis anlässlich eines internationalen Fotoshootings in der Modemetropole London persönlich entgegen. Er arbeitet derzeit wieder an der Produktion der neuen weltweit erscheinenden Frisurenbücher 2010 der Global Hair & Fashion Group. Gemeinsam mit zwanzig der besten Friseure aus aller Welt stellt Khalil Davary die internationalen Frisurenmode in London zusammen. Diese legen dann die weltweiten aktuellen Frisurentrends für das kommende Jahr fest.

Die Global Hair & Fashion Group hat in über einem Jahrzehnt der Zusammenarbeit die Entwicklung und den Erfolg von Khalil Davary mit verfolgen können. Er ist ein Unternehmer der jungen Generation, der besonders durch sein globales Denken und sein unternehmerisches Handeln im Bereich des innovativen Marketing und der konzeptionellen Öffentlichkeitsarbeit punkten konnte. Es ist ihm gelungen, seinen internationalen Bekanntheitsgrad stetig zu steigern und dabei sein eigenes Unternehmen in Wiesbaden aufzubauen und zu stabilisieren.

Khalil Davary: *„Ich bin wirklich sehr glücklich über diese grandiose Auszeichnung und nehme diese auch für mein verlässliches Team in Deutschland entgegen. Wir arbeiten weiter an zukunftssträchtigen Konzepten, um den strukturellen Wandel in den täglichen Ablauf zu integrieren.“* (AP)

## Über uns spricht die Welt

Durch die internationalen Fotoshootings der Haartrends in den Modemetropolen dieser Welt ist Khalil Davary, mit seinem Salon Excellent HÁIR zu einem Begriff geworden.

Er setzt Trends und Maßstäbe in der modernen und typgerechten Haarmode. In Miami, Mailand, New York und London fühlt er sich schon fast zu Hause. Aber gerade auch die im heimischen Wiesbaden kreierte Frisuren werden europa- und weltweit in Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften veröffentlicht.

Khalil Davary: *„bekannte Rundfunk- und Fernsehanstalten, wie ZDF, HR, RTL, WDR, NDR, RheinMain-TV und Hit Radio FFH, sind von unseren Leistungen überzeugt und berichten immer wieder von unseren Fotoshootings und über unsere aktuellen Modeaussagen. Tages-Zeitungen wie z.B. Frankfurter Rundschau, Wiesbadener Kurier, Wiesbadener Tagblatt, Bild-Zeitung, Blitz-Tip, Wiesbadener Wochenblatt freuen sich immer wieder über unsere zahlreichen regionalen Aktivitäten wie die Vergabe des Publikumspreises die „Goldene Haarnadel“ oder das „Late-Night-Styling“ oder über meine internationalen Tätigkeiten und Auszeichnungen zu berichten.“*



*Hairstylist* Khalil Davary  
(Mailand)

*Makeup* Betty

*Foto* Tom Carsen



<i>Hairstylist</i>	Masoom Davary	<i>Hairstylist</i>	Khalil Davary (New York)
<i>Makeup</i>	Jo Maria Dittrich	<i>Makeup</i>	Betty
<i>Fashion</i>	paradox	<i>Foto</i>	Tom Carsen
<i>Foto</i>	Reinhard Berg		

<i>Hairstylist</i>	Masoom Davary
<i>Makeup</i>	Jo Maria Dittrich
<i>Fashion</i>	paradox
<i>Foto</i>	Reinhard Berg

shorts

*Hairstylist* Khalil Davary  
(New York)  
*Makeup* Betty  
*Foto* Tom Carsen

shorts



*Hairstylist* Khalil Davary  
(London)

*Makeup* Betty

*Foto* Tom Carsen

# Ein wirklich guter Jahrgang: Die Frau ab 35

*Die Frauen von heute unterscheiden sich in vielen Dingen von der Generation ihrer Eltern. Ihre Prioritäten sind eindeutig andere als damals. So war die Frau früher doch eher noch für den perfekten Haushalt zuständig, beschäftigte sich überwiegend mit der Familie, um es dem Mann so bequem wie möglich zu machen, während die eigenen Interessen oftmals in den Hintergrund rückten.*

Für die moderne Frau ist ein solcher Lebensentwurf keine echte Alternative, auch wenn heute wie damals die Familie für viele Frauen an erster Stelle steht. Sie ist selbstbewusster, bringt mit viel Kraftaufwand und einer gehörigen Portion Durchsetzungsvermögen spielend Familie, Beruf und Hobbys unter einen Hut. Nicht ganz ohne den Partner im Hintergrund zu wissen, der sich ebenfalls erfreulicherweise weiterentwickelt hat und seine Aufgaben im gemeinsamen Miteinander sieht.

Alleinerziehende Mütter sind heute ebenfalls keine Seltenheit mehr und stoßen in der Bevölkerung auf großen Respekt für die erbrachte Leistung, die Erziehung der Kinder und den Beruf miteinander zu vereinen. Anders als früher, als diese Frauen eher gemieden oder gar verhöhnt wurden.

Die Frau von heute sagt deutlich und unumwunden, was sie will, sie sucht einen Partner, der mit ihr auf gleicher Höhe kommuniziert und schätzt sich selbst als das, was sie ist: ein Individuum mit eigenen Interessen und einer Persönlichkeit, die sich nicht verbiegen lässt, sondern akzeptiert und wertgeschätzt werden will. Eigentlich kein großer Wunsch, sondern nur das, was letztendlich alle Menschen für sich wollen und brauchen, egal ob Mann oder Frau.

## *Von Frau zu Frau ab 35*

Sie sind allein erziehend oder Single und suchen einen Partner? –Verabschieden Sie sich davon, den perfekten Mann zu finden, Sie sind jetzt auf einer ganz anderen Ebene angekommen! Kritisch und mit dem festen Willen, nichts und niemanden, der sie verletzen könnte, nahe an sich heran zu lassen. Sie haben Erfahrungen gesammelt, tragen Ihr „Päckchen“ immer und überall mit sich, sind kritischer geworden und ganz bestimmt nicht mehr ohne begründete Vorurteile. Oftmals begegnen sie einem Mann, der selber viel mit sich herumträgt, der vielleicht eine gescheiterte Ehe mit Kindern oder eine lange Beziehung hinter sich hat, und auch er kann und wird nicht mehr in der Lage sein, unvoreingenommen, rein und „unschuldig“ in eine neue Beziehung zu gehen.

Frau sollte sich von dem Gedanken verabschieden, das große Glück und das Kribbeln im Bauch auf Anhub zu finden. Das ist

fast nicht mehr möglich, weil sie einfach zu kritisch geworden ist. Verabschieden sollte man sich von dem Gedanken der „Liebe auf den ersten Blick“ – auch wenn es so kommen sollte, werden uns die Erfahrungen der Vergangenheit bremsen. Viel Zeit braucht es, das Vertrauen aufzubauen, das benötigt wird, um sich gefühlsmäßig fallen lassen zu können. Erst mit der Zeit werden Sie die Sicherheit haben, sich bei diesem Menschen gut aufgehoben zu fühlen, das Kribbeln im Bauch kommt dann von ganz alleine und gewaltig zurück.

## *Ab 35 einem Schönheitsideal nachrennen?*

Zugegeben, die Sprüche, die man sich ab 35 anhören muss, können einen schon an der eigenen Attraktivität zweifeln lassen. An dieser Stelle, liebe Parfümerieverkäuferin: Bitte geben Sie nicht mehr die Creme für die reifere Frau als Probe in der Tüte mit, in der sich doch eigentlich das wohlriechende Aufbauserum für die jüngere Dame befinden sollte.

Was eigentlich passiert mit unserem Körper ab 35, oder vielmehr was hat sich bis dahin alles in unserem Leben ereignet? Oftmals haben Frauen das Gefühl, durch die Geburt der Kinder „ihre“ Idealfigur verloren zu haben oder den Eindruck für sich „gewonnen“, nicht mehr so attraktiv zu sein. Aber wie sieht es wirklich aus? Eine repräsentative Studie von Männern hat gezeigt, dass diese so genannten „Modelmaße“ offensichtlich überwiegend attraktiv in den Augen der Frauen sind. Der Mann mag es lieber, heute wie damals, wohl gerundet, einen „Drahtesel“ wollen nur die wenigsten zu Hause haben. Und überhaupt, was ist schon ein Schönheitsideal? Liegt es nicht immer im Auge des Betrachters, ist es nicht Geschmackssache? Und welche Alternative hätten wir? Nicht älter zu werden?

Älter werden kann schön sein. Oftmals fehlt nur eine neue Frisur oder ein Beautytag bei der Kosmetikerin, um sich wohler zu fühlen. Zum Beispiel hilft oftmals schon ein Gesichts- oder Körperpeeling, um einem müden und erschöpften Tag die kalte Schulter zu zeigen. Die gesunde Einstellung zu sich selbst und die damit verbundene Ausstrahlung machen das höhere Alter wett. Und nicht wenige Männer fühlen sich zu Frauen mit einer geheimnisvollen Ausstrahlung mehr hingezogen, als zu einem perfekten, rahmenlosen Gesicht. (CB)

# Ein Index, der es in sich hat

## BMI steht für

## Body Mass Index

„BM-Index“ klingt wie die Formel einer chemischen Analyse. Man hört davon inzwischen bei vielen Arztbesuchen oder im Fitnessstudio und liest darüber in vielen Frauenzeitschriften.

Entwickelt hat die Formel der belgische Mathematiker, Astronom und Wissenschaftler Adolphe Quételet (1796-1894).

Schon in jungen Jahren durch den frühen Tod des Vaters auf sich allein gestellt, entdeckte Adolphe Quételet bald seine Vorliebe für Wahrscheinlichkeitsrechnungen, die Meteorologie (Atmosphärenwissenschaft, z.B. Wetter) und den Erdmagnetismus (Magnetfeld der Erde).

Der Wissenschaftler verfasste maßgebliche Arbeiten über die sozialstatistischen und anthropometrischen (Lehre zur Ermittlung/Anwendung der Maße des menschlichen Körpers) Merkmale des Menschen.

Er versuchte, die psychischen, gemeinschaftlichen, moralischen und individuellen Komponenten des Lebens wissenschaftlich zu ergründen und in einen Zusammenhang zu bringen. Viele Berechnungen strebte er im Laufe seines Lebens an, z.B. die Lebenserwartung, die Neigung zu Kriminalität etc. und nannte diese Form der Wissenschaft Sozialphysik, was ihn damit zum Begründer dieses Wissenschaftsbereiches machte. 1846 ließ der Wissenschaftler die erste Volkszählung überhaupt durchführen, und zwar in Belgien.

Einer seiner wissenschaftlichen Arbeiten war die Entwicklung des BMI, weshalb dieser auch Quételet Index genannt wird. Viele Jahrzehnte lang fand diese Formel keine Anwendung, erst die Amerikaner entdeckten sie als Grundlage zur Berechnung ihrer Lebensversicherungsprämie, mit der sie den Versicherungen glaubhaft machten, nicht übergewichtig zu sein. Nach und nach schwappte die Welle dann auch nach Europa über und ist heute ein fester Bestandteil zur Ermittlung des gesunden Körpergewichts. (CB)

### Rechenformel für den BM-Index:

Körpergewicht : Körpergröße im Quadrat

### Beispielrechnung:

Körpergröße 1,60 m, Gewicht 60 Kilo

1.)  $1,6 \times 1,6 = 2,56$  (Körpergröße im Quadrat)

2.)  $60 : 2,56 =$  ein BMI von 23,44 (Normalbereich)

### BMI Tabelle

Alter	BMI Normalbereich
19-24	19-24
25-34	20-24
35-44	21-26
45-54	22-27
55-64	23-28
64+	24-29



*Hairstylist* Khalil Davary  
(London)  
*Makeup* Betty  
*Foto* Tom Carsen

shorts



*Hairstylist* Khalil Davary  
(Mailand)

*Makeup* Betty

*Foto* Tom Carsen

# Mit Silvia Wohlfahrt verändert sich nicht nur Ihr Aussehen, sondern auch die Ausstrahlung

Es verändert sich viel: das Selbstwertgefühl, die Einstellung, das Wohlbefinden und ganz besonders die Ausstrahlung, und nur Sie kennen den wahren Grund, wissen, was passiert ist. Das Geheimnis bleibt bei Ihnen!

So kann es gehen, wenn man sich für einen Profi wie Silvia Wohlfahrt entscheidet und viel Wert auf höchste Qualität legt.

Schon beim Betreten der Räumlichkeiten von **Silvia Wohlfahrt** empfängt die Kundin das Gefühl von Wohlbehagen und Individualität. Hier, in der **Danziger Straße 54 in Wiesbaden-Sonnenberg**, geht's mir gut, hier kann ich abschalten und genießen.

**Nichts wird dem Zufall überlassen!** Der Anspruch, den Silvia Wohlfahrt an sich selbst und an ihre Mitarbeiter stellt, ist groß. Das Kosmetikinstitut hat sich über die Jahre über die Grenzen Wiesbadens hinaus einen guten Namen im Bereich der High-Tech-Kosmetik gemacht. Hohe Investitionen in neueste Technologien zeigen sich in dem umfangreichen Leistungsspektrum.

So etwa das **Bio-Lifting-Verfahren** bei dem mittels Kaltlichtlaser Hyaluronanogel in die Haut eingeschleust wird, das bereits bei der ersten Behandlung ein sichtbar strahlendes, jüngeres und strafferes Aussehen bewirkt. Um ein noch feinporigeres Hautbild zu erzielen, wird zur Tiefenreinigung und Zellerneuerung die **Microdermabrasionbehandlung** angeboten.

**Ultraschallbehandlungen** runden das Programm ab. Dabei wird die Haut entschlackt und gelockert und wunderschön durchfeuchtet.

## Wir bieten Ihnen:

Maria Galland Behandlung und Produktverkauf
IPL Blitzlampentechnik – Anti-Aging-Hautverjüngung
IPL Blitzlampentechnik – Dauerhafte Haarentfernung
Kaltlaser und Ultraschallbehandlungen
Microdermabrasion
Maniküre, Fußpflege, Nagelmodellage

Und zu guter Letzt die äußerst erfolgreiche **Blitzlampentechnik**, die durch hochenergetische Lichtimpulse die Zellteilung und -regenerierung anregt. Rote Äderchen, Pigmentstörungen sowie große Poren können mit sichtbarem Erfolg behandelt werden. Falten reduziert, und das Gesamtbild der Haut sowie die Konturen werden gefestigt und verjüngt.

Frau Wohlfahrt hat sich in den letzten 10 Jahren einen Namen im Conture Make up-Bereich gemacht. Als Elitepartnerin der Firma **Long-Time-Liner**, nimmt sie jedes Jahr an Fortbildungs- und Trainingsveranstaltungen in München teil, um die erforderliche Lizenz dafür erneuern zu lassen.

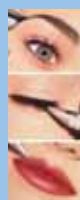
Der hohe Anspruch spiegelt sich auch in der Auswahl der Produkte wieder. In der Kosmetikabteilung werden ausschließlich Produkte der Firma **Maria Galland** benutzt, die sich durch maßgeschneiderte, individuelle Behandlungskonzepte auf höchstem Niveau auszeichnet und ihren Kunden den Schlüssel zum persönlichen Schönheitserfolg versprechen.

Fußpflege, Maniküre und Nagelmodellage runden das Angebot ab.

Der Name Silvia Wohlfahrt steht für hohe Fachkompetenz, individuelle Beratung und außergewöhnliche Öffnungszeiten in einem wunderschönen Ambiente, ein Ort zum Wohlfühlen und entspannen.

**Überzeugen Sie sich selbst.**

*Du siehst anders aus...  
es sieht einfach toll aus.*



## Dauerhaftes Make-up für Ihre Augenbrauen, Lidstriche und Lippen.

Empfohlen von Ihrer fachausgebildeten Elite-Linergistin® – der Spezialistin für dauerhaftes Conture® Make-up Silvia Wohlfahrt



Kostenlose Beratung und Vorzeichnung unter der Rufnummer 0611-53 26 246

Silvia Wohlfahrt  
Kosmetikinstitut  
Danziger Straße 54  
65191 Wiesbaden  
Tel: 0611-53 26 246  
www.silvies-kosmetikinstitut.de

**SILVIE'S**  
Kosmetikinstitut

Wohlfühlen und entspannen in gepflegtem Ambiente

halbe  
Länge

*mach' mal*  
*halblang*

Kein Kompromiss, sondern klare Formen...

**Excellent HÁIR Wiesbaden:**

Wilhelmstraße 52

65183 Wiesbaden

Fon **0611 . 30 32 75**

Mo-Sa 8.00-20.00 Uhr,

Mi und Fr 8.00-22.00 Uhr

**Excellent HÁIR Geisenheim:**

Prälat-Wertmannstraße 4

65366 Geisenheim

Fon **06722 . 710 97 27**

Di-Fr 9.00-19.00 Uhr,

Sa 9.00-15.00 Uhr

*Hairstylist* Rita Saleh Davary

*Makeup* Jo Maria Dittrich

*Fashion* paradox

*Foto* Reinhard Berg



halbe  
Länge



*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg



.....  
*Hairstylist* Khalil Davary  
 (New York)  
*Makeup* Betty  
*Foto* Tom Carsen  
 .....



.....  
*Hairstylist* Hülya Kilinc-Varlik  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
 .....



.....  
*Hairstylist* Masoom Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
 .....



.....  
*Hairstylist* Svetlana  
 Kaprishanska  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
 .....



.....  
*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
 .....

halbe  
Länge

Hairstylist Rita Saleh Davary  
Makeup Jo Maria Dittrich  
Fashion paradox  
Foto Reinhard Berg

Excellent HAIR

# Wir Konsumenten in der Wirtschaftskrise

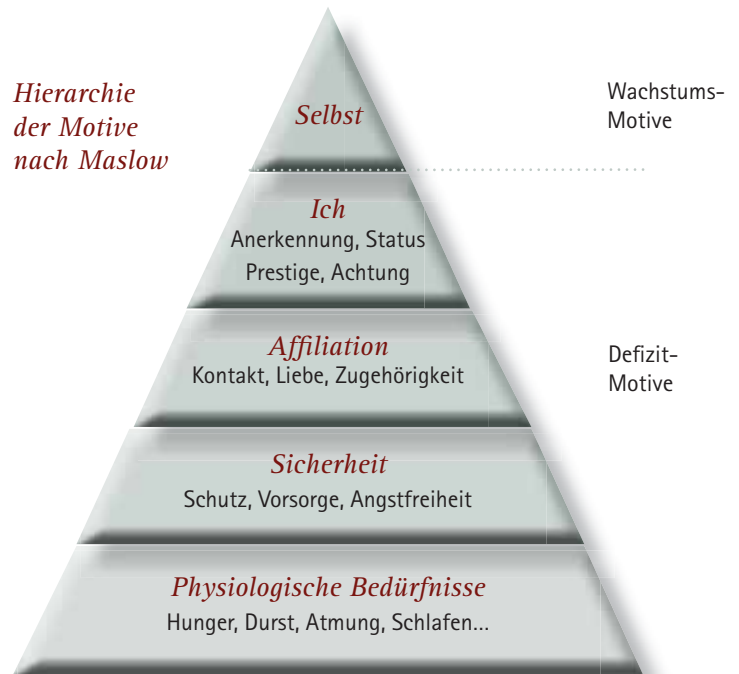
*Zuerst wollten wir die düstere Nachricht nicht glauben, dass die deutsche Wirtschaft so stark schrumpft wie seit 80 Jahren nicht mehr. Für die meisten Menschen ist das eine natürliche Reaktion auf eine bedrohliche Nachricht, nämlich zu hoffen, noch einmal davonzukommen. Nun müssen wir uns wohl der Situation stellen.*

Man könnte auf die Nachricht von der Wirtschaftskrise mit weniger Ausgaben für Konsum reagieren, denn die Nachricht enthält auch die Botschaft, dass wir, insgesamt betrachtet, den Gürtel künftig enger schnallen müssen. Soll man zurückfallen in die Ära Geiz?

„Geiz ist geil“ wurde uns ja vor einigen Jahren zu suggerieren versucht, aber stellen Sie sich vor, man würde Sie als Geizkragen bezeichnen. „Nein, natürlich nicht“, würde jeder antworten, der schon einmal ein solches Urteil über sich gehört hat, „sparsam, ja, aber doch nicht geizig“. Denn die Assoziationen zu Geiz sind durchweg negativ: Der Geizige ist egozentrisch, begegnet seinen Mitmenschen misstrauisch, und in argwöhnischer Sorge vor dem Verlust seines Besitzes wirkt er eng, reduziert, unfrei und kümmerlich. In Molières bekannter Komödie sind die Vorstellungen des Geizigen über sein geplantes Hochzeitsmahl in ihrer Armseligkeit lächerlich, und der Verlust seiner vergrabenen Geldkassette wird mit Schadenfreude quittiert.

Man könnte mit Sparsamkeit auf die Wirtschaftskrise reagieren, mit dieser alten preußischen Tugend, die auf politischer Ebene häufig angemahnt wird, wenn es um die Ausgaben der Regierung geht. Wenn wir Konsumenten sparsamer haushalten, ist das aus psychologischer Sicht Ausdruck einer stärkeren Wirkung des Sicherheitsmotivs.

Das Sicherheitsmotiv ist nach Auffassung des Psychologen Maslow in der Hierarchie der Motive nah am Fundament, wie die Pyramide in der Abbildung zeigt. Maslow unterscheidet zwei Arten von Motiven, die er Defizitmotive und Wachstumsmotive genannt hat. Defizitmotive sind dadurch gekennzeichnet, dass sie nicht alle gleichzeitig wirken können, sondern nur dann, wenn die in der Pyramide tiefer liegenden erfüllt sind, zum Beispiel können Motive nach Kontakt, Liebe und Zugehörigkeit nur dann wirken, wenn die Motive nach Schutz, Vorsorge und Angstfreiheit erfüllt sind. Dagegen sind Wachstumsmotive unabhängig von den Defizitmotiven ständig wirksam. Das Sicherheitsmotiv wird insbesondere dann für unser Verhalten dominant, wenn unser Vertrauen in die aktuellen wirtschaftlichen



Verhältnisse schwindet. Dagegen wird das Wachstumsmotiv stärker, wenn wir über die Verhältnisse nicht sehr besorgt sind. Wachstum ist – bezogen auf Konsum – mit angenehmen Gefühlen verbunden, und solche Gefühle motivieren uns häufig, etwas zu kaufen und zu verwenden. Der Ausdruck „sich etwas Gutes tun“ umschreibt dieses Motiv treffend.

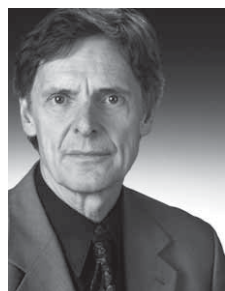
Motive, die mit angenehmen Gefühlen verbunden sind, werden in der Werbung häufig angesprochen. In solchen Anzeigen und häufiger noch in Werbespots stellen die Schauspieler bei der Nutzung der Produkte oder Dienstleistungen angenehme Gefühle dar. Die Werbung zielt darauf, dass auch die Käufer bei der Nutzung die gleichen Gefühle erleben, wie sie die Schauspieler darstellen. Daher spricht man von transformationeller Werbung.

Mit dieser Art Werbung werden vier spezifische Motive angesprochen. Das erste ist das Motiv nach sensorischer Stimulation. Es kann durch alle Produkte erfüllt werden, die für unsere Sinne angenehm sind, sei es Schokolade, Parfüm, eine Musik-CD, ein Foto oder auch ein neues Badetuch. Verwandt hiermit ist das Motiv nach intellektueller Stimulation, das besonders dann auffällig zu wirken beginnt, wenn man sich unfreiwillig an einem wenig anregenden Ort aufhält. Typisch für dieses Motiv ist die Situation eines Reisenden im Großraumabteil eines Zuges, der die Rückenlehne des Sitzes vor sich hat. Hier wird sich der Wunsch nach Anregung melden. Als soziale Wesen streben Menschen nach Anerkennung durch Andere. Das ist das dritte Motiv. Man erlebt eine Stärkung seines Selbstwerts, wenn man sich mit den Dingen umgibt, die einen als Mitglied seiner Gruppe, Schicht, seines sozialen Milieus oder seiner

Kultur ausweisen. Der Wunsch, sich mit Hilfe von erworbenen Produkten auszudrücken, ist das vierte Motiv. Das trifft besonders für Produkte zu, die für Andere sichtbar sind.

Ein Kleid oder eine Frisur zum Beispiel sind insofern Symbole des Selbstbildes, als sie sichtbar machen, ob sich die Besitzerin für elegant, lässig oder eigenwillig hält.

Die große Bedeutung dieser Motive für den Konsum ist ganz offensichtlich. Hätten sie keine Bedeutung, sondern würde allein die ängstliche Sorge unsere Kaufentscheidungen dominieren, müssten wir uns mit billigen und damit uniformen Produkten begnügen. Aber zum Glück sind die menschlichen Motive vielfältig und ihre Erfüllung wird als Bereicherung des Lebens empfunden. „Geile Marken werten den Alltag mit einem sinnlichen Lebensgefühl auf“. Dieser Satz charakterisiert laut einer vor einigen Jahren publizierten Studie das, was Jugendliche – bezogen auf Marken – unter „geil“ verstehen, und er drückt damit das oben beschriebene Motiv nach sensorischer Stimulation durch Produkte umgangssprachlich aus. Und ist nicht auch Geiz geil? Keine Spur, propagiert der Appell, knauserig zu sein, doch genau das Gegenteil, nämlich Rückzug, Einschränkung und Verkümmern der Lebensfreude. Positive Motive dagegen fördern Entwicklung, Wachstum, Wertschöpfung und Lebensfreude.



Prof. Dr. Axel Mattenklott  
Psychologisches Institut  
Arbeits-, Organisations-  
& Wirtschaftspsychologie  
Universität Mainz  
Wallstraße 3  
D-55099 Mainz

Tel 06131 - 39 39248  
Fax 06131 - 39 39249  
mattenklott@uni-mainz.de

*Die schönsten Träume...*  
sind Träume, die  
Wirklichkeit werden

*Bernhard Stahl*

...Träume einer Welt aus "Samt und Seide" und noch vieles mehr...

Ich verwirkliche Ihre Träume mit schönen, edlen, Stoffen, unabhängig ob Sie sich eine elegante Fenster-Dekoration oder eine feine textile Innenraum-Gestaltung wünschen.  
Rufen Sie mich an, ich bin immer für Sie da und berate Sie gerne.

Ihr Bernhard Stahl

**BERNHARD STAHL**  
HEIMTEX-STUDIO

Fachgeschäft für *feine* und  
*kreative* Fensterdekorationen

Idsteiner Straße 9 · 65527 Niedernhausen  
Telefon 0 61 27 / 58 40 · Fax 0 61 27 / 7 87 38

Nutzen Sie unsere Erfahrung aus zahllosen Fenster-Dekorationen und den Gesprächen mit vielen treuen und lieben Kunden, kritischen Architekten und unserem persönlichen höchsten Anspruch an unsere tägliche Arbeit. Spitzen-Qualität zu vernünftigen Preisen ist unsere Devise. Kunden und Freunde von KHALIL DAVARY und seinem Team von Excellent Hair sind auch unsere Freunde – gerne heißen wir Sie herzlich willkommen!

Bernhard Stahl – offizieller Hauptsponsor der JAB Ladies Cup-Golfturniere 2005 und 2006 im Golfpark Idstein.

halbe  
Länge



.....  
*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



.....  
*Hairstylist* Masoom Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



.....  
*Hairstylist* Svetlana  
Kaprishanska  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



## Ein wahres Schmuckstück unter den Juwelieren für An- und Verkauf

*Jedes Schmuckstück hat  
seine eigene, ganz persönliche  
Geschichte!*

*Exklusiv Schmuck und Uhren  
in der Wagemannstraße 7  
in Wiesbaden findet den  
besonderen Wert für Sie  
heraus.*

Fachwissen und jahrzehntelange Erfahrungen machen diesen Juwelier zu etwas Exklusivem. Die Freude am besonderen Stück, Ehrlichkeit und Fairness zeichnet „EXKLUSIV Schmuck und Uhren“ aus. Hier handelt es sich nicht um einen gewöhnlichen An- und Verkauf, sondern um die Liebe zum Besonderen. Jedes Schmuckstück ist hier in guten Händen.

Wertvolle Diamanten, Ringe, Colliers, antike Uhren oder Gold finden bei ihm einen erfahrenen Schätzer und Abnehmer. Auch verblasster Schmuck erstrahlt durch die professionelle Aufbereitung oder Umarbeitung durch die sensiblen Hände von Exklusiv im neuen Glanz.

Das kostenlose Schätzen ist schon ein Service an sich und die Vorort-Besichtigungen von z.B. Erbhinterlassenschaften, behutsam und äußerst diskret durchgeführt, sind für EXKLUSIV selbstverständlich. Auch für den erlesenen Geschmack ist etwas dabei, besonders ausgefallene und wertvolle Schmuckstücke sind hier ebenfalls zu finden.

**E** SCHMUCK  UHREN  
**EXKLUSIV**

**Juwelier Exklusiv  
Wagemannstraße 7  
65183 Wiesbaden  
Tel.: 0611 / 13 55 204**

*Ihr Schmuckstück in besten Händen*



halbe  
Länge

.....  
*Hairstylist* Masoom Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

Excellent HAIR

halbe  
Länge



*Hairstylist* Khalil Davary  
(New York)  
*Makeup* Betty  
*Foto* Tom Carsen

# Kann das Leiden wirklich einen Sinn machen?

*Ja, sagt Thomas Hartmann, Pfarrer der evangelischen Kirchengemeinde Wiesbaden-Sonnenberg, und veröffentlicht sein mittlerweile drittes Buch „Der Sinn im Leiden. Was uns heilen kann“.*

In diesem Buch geht es darum, sein Leid anzunehmen, sich lebensbejahend der Herausforderung zu stellen und vielleicht seinen Frieden in der Lehre der traditionellen Meditations-technik Zen zu finden. Es gibt verschiedene Arten von Leiden, so Thomas Hartmann, Krankheiten, der Verlust eines geliebten Menschen, der eigene, nahende Tod oder aber die schmerzhafteste Trennung in einer Partnerschaft. Aber es gibt auch verschiedene Möglichkeiten, mit schmerzhaften Situationen sinnvoll umzugehen und dem Leid vielleicht sogar etwas Positives abzugewinnen.

Thomas Hartmann vertritt die These, dass Leiden durchaus eine positive Wende nehmen kann, wenn man darauf eine andere Sichtweise erprobt und lernt, die Dinge optimistisch zu bewerten, sich befreit von Gedanken wie „Warum ich“ oder „Wozu hat das einen Sinn“.

*Zitat: „Es lohnt sich jedenfalls, eine Sache immer von mehreren Seiten zu betrachten, um einen vollständigen Eindruck davon zu erhalten.“*

Ziel des Buches ist es, eine „positive und optimistische Haltung gegenüber dem eigenen Kummer, den Depressionen und Krankheiten zu erlangen.“

Als berufener Seelsorger, der im täglichen Umgang seit vielen Jahren alleine durch seine Arbeit als Pfarrer mit Leid und Kummer Betroffener konfrontiert wird, weiß Thomas Hartmann, wovon er spricht. Nicht zuletzt resultierte der Wunsch, dieses Buch zu schreiben, auch aus diesen Erfahrungen. Er möchte mit konkreten Beispielen Mut machen, damit Menschen ihr Leid annehmen und daraus mit Methoden der Positiven Psychologie und Meditation neue Kraft schöpfen können, um vielleicht auch wieder zu genesen.



Thomas Hartmann ist seit 1999 Pfarrer der evangelischen Thalkirchengemeinde Wiesbaden-Sonnenberg, verheiratet und Vater von vier Kindern.

Patmos Verlag:  
ISBN: 978-3-491-42133-2  
176 Seiten  
213 x 142 x 16 mm  
März 2009-05-04  
16,90 € (D)  
29,90 Sfr (CH)  
17,40 € (A)

*Ein Buch, das wirklich einen Sinn haben kann.*

# city-look

Lange Haare liegen voll im Trend  
– mit dem richtigen Schnitt.

**Excellent HÁIR Wiesbaden:**

Wilhelmstraße 52  
65183 Wiesbaden

Fon **0611 . 30 32 75**

Mo-Sa 8.00-20.00 Uhr,  
Mi und Fr 8.00-22.00 Uhr

**Excellent HÁIR Geisenheim:**

Prälat-Wertmannstraße 4  
65366 Geisenheim

Fon **06722 . 710 97 27**

Di-Fr 9.00-19.00 Uhr,  
Sa 9.00-15.00 Uhr

*Hairstylist* Valentina Ertugrul

*Makeup* Jo Maria Dittrich

*Fashion* paradox

*Foto* Reinhard Berg



lang  
city-look



*Hairstylist* Axana Roleder  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg



*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg



*Hairstylist* Masoom Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

lang  
city-look

*Hairstylist* Masoom Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

# Marken sind mehr als Produkte

Die Markierung von Produkten mit einem Namen oder einem Logo hat eine lange Tradition, zum Beispiel wurden bereits im Alten Rom Ziegelsteine mit dem Namen des Herstellers markiert. Für die Bestimmung des Alters von Gebäuden aus jener Zeit erweist sich der Markenname als hilfreich. So konnte eine Archäologin mit Hilfe des Markennamens von Ziegelsteinen des berühmten Pantheons in Rom nachweisen, dass es älter ist als zuvor in den Geschichtsbüchern beschrieben.

Bis in die 1960er Jahre verstand man in der Fachliteratur Marken als Namen, Logo, Symbol oder Gestaltung, mit denen Produkte und Dienstleistungen von werbenden Herstellern gekennzeichnet und damit gesetzlich vor Nachahmungen geschützt wurden. Im Verlauf der folgenden Forschung entdeckte man, dass Konsumenten mit Marken viel mehr assoziieren als mit Produkten. Mit Produkten werden vor allem ihre Eigenschaften, Qualität und der Umfang ihrer Anwendungen assoziiert, mit Marken darüber hinaus die herstellende Organisation (zurzeit ist von Bedeutung, ob eine Organisation Verantwortung für das Gemeinwohl trägt), das Ursprungsland des Herstellers (zum Beispiel woher der Designer des Kleidungsstücks stammt, das man trägt), das Bild der Nutzer (als Beispiel: Wer trinkt Rheingauer Riesling und wer italienischen Pinot Grigio), die Persönlichkeit der Marke (wirkt die Marke als Person mondän wie ein Filmstar oder natürlich wie eine Freundin?) sowie Emotionen, die bei der Nutzung der Marke entstehen können (zum Beispiel bei einer sommerlichen Fahrt mit einem Cabrio) und Gedanken, wie man sich mit einer Marke ausdrücken kann. Die Assoziationen mit einer Marke werden als Markenimage bezeichnet, und wenn solche Assoziationen aus menschlichen Eigenschaften bestehen, spricht man von Markenpersönlichkeit.

Man kann sich leicht vorstellen, dass mit dieser Fülle von Assoziationen mit Marken erhebliche Vorteile verbunden sind, sowohl für den Hersteller wie für den Nutzer. So lassen sich Produkte nicht so leicht miteinander verwechseln, wenn sie gleichzeitig Marken sind. Man stelle sich nur vor, wie schwierig es zum Beispiel wäre, Pflegeprodukte, wie Haarshampoos oder Körperlotions voneinander zu unterscheiden, wenn sie nur durch ihre Eigenschaften gekennzeichnet wären. Außerdem ließen sich Produkte ohne Marke leicht kopieren. Und in der Werbung müsste man sich auf die funktionalen Merkmale der Produkte beschränken. Ein Haarshampoo zum Beispiel reinigt

Kopfhaut und Haare, aber darüber hinaus kann es Gefühle von Frische und Entspannung vermitteln und nach der Haarwäsche ein Selbstbild, das dem eigenen Ideal eher entspricht als das Bild zuvor.

Marken können dem Selbst – hierunter versteht man die Gedanken, Gefühle und Überzeugungen einer Person – Bedeutung geben, vor allem, wenn sich Lebensphasen ändern. So erhält die Marke des ersten Autos, das man sich von seinem selbst verdienten Geld kauft, eine emotionale Bedeutung, weil man stolz auf „sein Kind“ ist. Auf der anderen Seite möchte man Marken loswerden, weil sie nicht mehr zur aktuellen Lebensphase passen. Auf diese Weise entstehen emotionale Bindungen an Marken. Solche Bindungen sind nicht so intensiv und tiefgehend wie Bindungen an Menschen, aber sie werden ähnlich empfunden. Zum Beispiel würden viele Menschen die Marke Nivea vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe. Viele Beschäftigte des traditionellen Unternehmens Hoechst zeigten öffentlich ihre Enttäuschung und Trauer, als der Markenname Hoechst durch „sanofi-aventis“ ersetzt wurde. Motorradfahrer entwickeln liebevolle Beziehungen zu ihren Maschinen. Diese Beispiele zeigen, dass Marken „belebt“ werden, dass sie wie Personen gesehen werden. Und wenn Marken einen solchen menschenähnlichen Status zugeschrieben bekommen, werden sie wie Partner unseres Lebens.

Axel Mattenklott



Prof. Dr. Axel Mattenklott  
Psychologisches Institut  
Arbeits-, Organisations-  
Et Wirtschaftspsychologie  
Universität Mainz  
Wallstraße 3  
D-55099 Mainz  
Tel 06131 - 39 39248  
Fax 06131 - 39 39249  
mattenklott@uni-mainz.de



Axel Mattenklott,  
Alexander Schimansky  
**Werbung, Konzepte und  
Strategien für die Zukunft**  
München: Vahlen (April 2002)  
Gebundene Ausgabe, 623 Seiten



*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

lang  
city-look

*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Ditttrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

lang  
city-look



*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

Excellent **HÁIR**



.....  
*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



.....  
*Hairstylist* Svetlana  
Kaprishanska  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

# Nikotin verursacht Haarausfall

Nikotin ist eines der stärksten Pflanzengifte. Die tödliche Dosis für den Menschen beträgt nur 50 mg. Beim Rauchen wird das nicht erreicht, weil Nikotin im Körper sehr schnell abgebaut wird. Möglicherweise werden durch verschiedene Inhaltsstoffe von Zigaretten jene Blutgefäße verstopft, die den Haarfollikel mit Sauerstoff und Nahrung versorgen, was die Voraussetzung für schönes und gesundes Haar ist. Es wird vermutet, dass außerdem durch den Tabakrauch Entzündungen ausgelöst werden, die die Kopfhautzellen angreifen. Das Rauchen ist somit einerseits für den Haarverlust mit verantwortlich, außerdem bleibt der Geruch des Tabakrauches im Haar und verursacht damit ein Ekelgefühl beim Nichtraucher.

*Einerseits geht man zum Friseur, um seine Attraktivität zu erhöhen, andererseits erzielt man durch das Rauchen einen Widerwillen bei nicht rauchenden Partnern. Weshalb wird trotzdem geraucht?*

Entscheidender Wirkstoff beim Zigaretten- und Zigarrenrauchen ist das Nikotin: „*People smoke for nicotine...*“ Es hat eine psychotrope Wirkung, also eine Wirkung auf psychische Funktionen, entsprechend dem Alkohol, den Psychopharmaka und allen bewusstseinsverändernden Drogen wie Heroin, Kokain und anderen „Köstlichkeiten“. Nikotin ist im Wesentlichen für die suchterregende Eigenschaft des Tabaks verantwortlich, denn das Rauchen stellt eine Sucht dar, wodurch es den meisten Betroffenen so schwer fällt, es aufzugeben. Es wirkt stimulierend und anregend, weil es die Freisetzung von Adrenalin und Noradrenalin fördert.

Der Genuss einer Zigarette führt zu einem Noradrenalinanstieg im Blut um ca. 50%, Adrenalin steigt um 15%. Bei geringer Dosierung wirkt Nikotin zentral erregend, in höherer Dosierung eher dämpfend. Geringe Mengen Nikotin können die Konzentrationsfähigkeit verbessern, es lässt sich eine Steigerung des Wachheitszustandes feststellen. In höheren Dosisbereichen wird eine eher stressdämpfende Wirkung spürbar. Dann wirkt das Nikotin beruhigend und verbessert die emotionale Belastbarkeit. Die Aggressionsbereitschaft wird vermindert, und Angstgefühle werden für den Raucher besser kontrollierbar. Vor allem kommt es zu einer Aktivitätserhöhung des Serotonins, womit eine antidepressive, bzw. stimmungsaufhellende Wirkung verbunden ist. Dementsprechend hat das Nikotin auch einen

erheblichen Einfluss auf das Essverhalten: Der alte Slogan, dass Rauchen schlank macht, ist sicherlich nicht nur im übertragenen Sinne zu sehen. Nicht zuletzt deshalb verwenden viele Menschen dieses Genussmittel zumindest indirekt zur Gewichtskontrolle. Nikotin verursacht Veränderungen im Energiehaushalt. Das Nikotin führt dazu, dass der Körper nicht mehr in der Lage ist, die vorhandene Energie effizient zu nutzen. Durch das Nikotin wird das adrenergene System alarmiert, welches dazu dient, in Gefahrensituationen schnell reagieren zu können. Es kommt zu Ausschüttung von Adrenalin („der Adrenalinspiegel steigt“), wodurch alle verfügbaren Substratspeicher mobilisiert werden. Diese Stoffwechsellage entspricht der, die einige Zeit nach einer Mahlzeit vorzufinden ist. Bei gleichzeitiger körperlicher Aktivität des Rauchers wird dieser Effekt noch verstärkt. Pro Zigarettenpäckchen kann somit der Energiebedarf um bis zu 840 kJ (200 kcal) steigen. Nicht zuletzt erhöhen Adrenalin und Noradrenalin die Freisetzung des Corticotropin-Releasing-Hormon (CRH) und vermindern dadurch den Hunger. Rauchen kann dadurch zu einem um 4,5-5,5 kg unterhalb des natürlichen Gewichts liegenden Körpergewicht führen.

Bei Frauen kommt es durch das Rauchen zu einer Veränderung des Östrogenhaushalts in Form von erniedrigten Östrogenspiegeln. Diese Änderung ähnelt sehr den Auswirkungen eines Östrogenmangels. Wenn sich der Östrogenhaushalt nach dem Rauchstopp wieder normalisiert, kommt es bei der Frau entsprechend zu einer (ungewollten) natürlichen Förderung des Fettgewebes. Bei langjährigem Rauchen muss zum Erreichen der gleichen psychophysiologischen Wirkung langfristig mehr geraucht bzw. tiefer inhaliert werden. Durch die Gewöhnung kann die Toleranz um mehr als das 2fache ansteigen.

### *Wieso ist es so schwer, mit dem Rauchen dauerhaft Schluss zu machen?*

Es handelt sich beim Rauchen aus den oben genannten Gründen um eine schwere Suchterkrankung. Bei einer Suchterkrankung ist der so genannte freie Wille für uns eingeschränkt. Insofern handelt es sich um ein größeres Projekt, mit dem Rauchen Schluss zu machen, wobei man durchaus auch professionelle psychotherapeutische Hilfe in Anspruch nehmen sollte.

Es handelt sich nicht nur um die ersten zwei bis drei Wochen des Entzuges, die schwer sind und wofür viele Anbieter schnelle Erfolge anbieten. Die wesentliche Kunst besteht allerdings darin, langfristig nicht mehr zu rauchen, da man bisher seine Affekte und Emotionen mithilfe des Rauchens reguliert hat. Wenn man den langjährigen Zigarettenkonsum einstellt, fehlt einem dieser alltägliche „falsche Freund“ und man fühlt sich alleingelassen und schlecht. An die Stelle der Zigarette müssen andere Methoden gesucht werden, um seine Ausgeglichenheit wieder zu finden und zu erhalten. Wir Menschen verfügen von Natur aus einerseits über eine Bewegungsfreude und über die Möglichkeit, uns zu entspannen – auch ohne zu rauchen. Wir sind insofern dem ältesten Haustier des Menschen, dem Hund, völlig verwandt. Nur dass wir, da wir zu „Arbeitstieren“ geworden sind, uns ständig künstlich ruhig halten müssen und uns, wenn wir es gelernt haben, die Zigaretten bei der Beruhigung helfen: Die sprichwörtliche Zigarettenpause.

Es ist sehr günstig, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen, um mit dem Rauchen Schluss zu machen. Lassen Sie sich von ärztlichen oder psychologischen Psychotherapeuten dabei helfen, den Entzug besser zu überstehen, neue Methoden wie Sport und Entspannungsverfahren zu erlernen und Ihre emotionale Ausgeglichenheit ohne Zigaretten zu erreichen. Für ausführlichere Informationen möchte ich auf mein Buch verweisen: *Nichtraucher werden – und bleiben*. Verlag Kreuz, Stuttgart, 2009.



Verfasser:  
Dr. med. R. Mathias Dunkel  
Facharzt für Psychosomatische  
Medizin und Psychotherapie  
Parkstr. 7a  
65189 Wiesbaden  
Tel.: 0611 13 59 466  
dr.m.dunkel@t-online.de

Seit 1990 niedergelassen in eigener Praxis in Wiesbaden. Gruppentherapie, Balintgruppenleiter, Supervisor. Dozent für Psychotherapie und Algesiologie. Institutsleiter des „Prosolut Instituts“: Tiefenpsychologische Konfliktlösungen und Personalentwicklung; [www.prosolut-institut.de](http://www.prosolut-institut.de) Ständige Tätigkeit als Supervisor und Coach in verschiedenen Organisationen verschiedener Berufsfelder. Veröffentlichungen: *Das Kreuz mit dem Kreuz. Rückenschmerzen psychosomatisch verstehen und behandeln*. 2. überarbeitete u. erweiterte Aufl. München, Basel 2007, Ernst Reinhardt Verlag. *Nichtraucher werden – und bleiben*. Verlag Kreuz, Stuttgart, 2009



lang  
festlich

# festlich

Für einen außergewöhnlichen Auftritt  
– bis in die Haarspitzen

**Excellent HÁIR Wiesbaden:**

Wilhelmstraße 52

65183 Wiesbaden

Fon **0611 . 30 32 75**

Mo-Sa 8.00-20.00 Uhr,

Mi und Fr 8.00-22.00 Uhr

**Excellent HÁIR Geisenheim:**

Prälat-Wertmannstraße 4

65366 Geisenheim

Fon **06722 . 710 97 27**

Di-Fr 9.00-19.00 Uhr,

Sa 9.00-15.00 Uhr

*Hairstylist* Valentina Ertugrul

*Makeup* Jo Maria Dittrich

*Fashion* paradox

*Foto* Reinhard Berg



lang  
festlich

*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

Excellent **HÁIR**



*Hairstylist* Rita Saleh Davary  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg



*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg



*Hairstylist* Hülya Kilinc-Varlik  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

# Musik, Sonne und glänzende Frisuren

*Beste Stimmung mit tollen Gästen aus Funk- und Fernsehen im Salon Excellent HÁIR in Geisenheim*



Lisa Bund bei ihrem Auftritt vor den Salon Excellent HÁIR in Geisenheim

*Am 26. April wurde in Geisenheim, der internationalen Stadt der Rebe und des Weines, das einjährige Bestehen des Salons Excellent HÁIR, mit einer großartigen Party und besonderen Gästen gefeiert.*

Khalil und Masoom Davary sowie das ganze Team nahmen mit viel Freude die Gratulationen von Bürgermeisterfrau Uschi Federhehn und von Fernsehprominenz wie Nico Schwanz sowie Sängerin und Radio-Moderatorin Lisa Bund entgegen. Bei ca. 500 Gästen und viel Sonnenschein fand die Party überwiegend vor dem Salon auf rotem Teppich statt. Wie bekannt Lisa Bund ist, wurde besonders durch die vielen Autogrammünsche deutlich und auch Nico Schwanz der mit seiner Freundin Juliett Giegler von einem Geschäftstermin aus Köln anreiste, hatte kaum Zeit zum Essen oder Feiern, denn er musste unermüdlich Autogramme geben und für Fotoaufnahmen mit Fans bereit stehen.

Es war eine locker, fröhliche Feier mit perfekter Domkulisse und vielen erlesenen Höhepunkten. So verzauberte Lisa Bund, Moderatorin der „World Charts Show“ bei RPR1 und ehemalige DSDS-Teilnehmerin, mit ihren Songs und durch ihre natürliche Art die Zuhörer. Nico Schwanz, Model, Sänger und ehemaliger Titelträger „Model of the World“ und vielen durch Gastauftritte im Fernsehen bekannt, war wie auch Lisa Bund im australischen Dschungel bei der Reality-Show „Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!“ Beide begegneten sich in Geisenheim jedoch das erste Mal.



von links: Masoom Davary, Nico Schwanz, Lisa Bund, Khalil Davary, Moderatorin Bettina Wolf

Die Moderatorin Bettina Wolf, die häufig für Gerry Weber moderiert, hatte Fragen von den Fans zusammengetragen unter dem Motto: „Was sie von den Stars schon immer gerne wissen wollten“. So erfuhren die Besucher, dass Lisa Bund die Arbeit beim Radio viel Freude macht und dass sie an einem Soul-Album arbeitet, für dessen Cover sie schon Fotoaufnahmen gemacht hat. Nico liebt besonders den Humor an seiner Freundin. Fragen wie er zum Gesang gekommen sei, erstaunten ihn etwas, denn für ihn war es immer ein erstrebenswerter Weg, da er schon als Kind bei den Fischer-Chören mitgesungen hat.

Masoom Davary, Geschäftsführer des Salons in Geisenheim und Starfriseur Khalil Davary wurden immer wieder gefragt, wie sie sich ihren Erfolg erklären können, da doch zur Zeit viele Unternehmer am Kämpfen sind. *„Unermüdlicher Einsatz im Geschäft, die vielen Facetten der Profession ausschöpfen und vor allem... wir lieben unseren Beruf.“*

Wer konkrete Fragen zu Haaren hatte, wurde von Khalil Davary individuell beraten. Dazu gab es Produktgeschenke der Firma Schwarzkopf, dem langjährigen Partner von Excellent HÁIR. Die Gäste wurden verwöhnt mit Fingerfood und edlen Getränken vom Eventkoch Daniel Demir. Musikalisch begleitet wurde die Veranstaltung von der Band „NewNote“. (AP)

*Excellent HÁIR  
Prälat Werthmann Straße 4, 65366 Geisenheim  
Telefon: 06722 7109727*

lang  
festlich

.....  
*Hairstylist* Axana Roleder  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

lang  
festlich



.....  
*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

Der Trend für Sport, Beauty und Wellness

# Schnell & Effektiv

Anti-Cellulite, Bauch-Beine-Po und mehr...

Das FORM INSTITUT bietet Ihnen zukunftsweisende Programme für das Problemzonenstyling. Mit dem 10-Minuten-Erfolg auf der Power Plate®. Machen Sie mit uns den nächsten Schritt in eine neue Dimension und überzeugen Sie sich selbst.



FORM INSTITUT GmbH  
Rheinstrasse 19  
65185 Wiesbaden  
[www.forminstitut-wiesbaden.de](http://www.forminstitut-wiesbaden.de)  
**Tel. 0611-900 69 25**

Lokale Fettverbrennung  
Hautbildverschönerung  
Figurformung  
Gezielte Cellulitebehandlung  
Erhöhung der Knochendichte  
Bringt Stoffwechsel in Schwung

**Öffnungszeiten: Mo-Fr 08.00h-21.00h Sa 08.00h-16.00h**

In unserem stilvoll und sportlich eingerichtetem Institut setzen wir auf wissenschaftliche Erkenntnisse, jahrelange Fitness-Erfahrung und Trainingskonzepte, die auch Profis überzeugen. Die individuelle Betreuung in inspirierender Atmosphäre macht die Symbiose von Sport und Beauty perfekt.

Die Power Plate® im FORM INSTITUT Wiesbaden. Mittlerweile erfreuen sich Millionen von Kunden in den verschiedensten Ländern an der fortschrittlichen Trainingstechnologie – stetig steigende Zahlen zufriedener Kunden belegen dies. Prominente, Kosmonauten und Spitzensportler, zum Beispiel in der Nationalmannschaft des Deutschen Skiverbandes, nutzen die Vorteile des Beschleunigungstrainings. Power-Plate® überzeugt aber auch jene, die „nur“ schlanker werden wollen.





<i>Hairstylist</i>	Hülya Kilinc-Varlik	<i>Hairstylist</i>	Valentina Ertugrul
<i>Makeup</i>	Jo Maria Dittrich	<i>Makeup</i>	Jo Maria Dittrich
<i>Fashion</i>	paradox	<i>Fashion</i>	paradox
<i>Foto</i>	Reinhard Berg	<i>Foto</i>	Reinhard Berg

<i>Hairstylist</i>	Hülya Kilinc-Varlik
<i>Makeup</i>	Jo Maria Dittrich
<i>Fashion</i>	paradox
<i>Foto</i>	Reinhard Berg

lang  
festlich

.....  
*Hairstylist* Axana Roleder  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

lang  
festlich

.....  
*Hairstylist* Hülya Kilinc-Varlik  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



.....  
*Hairstylist* Valentina Ertugrul  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



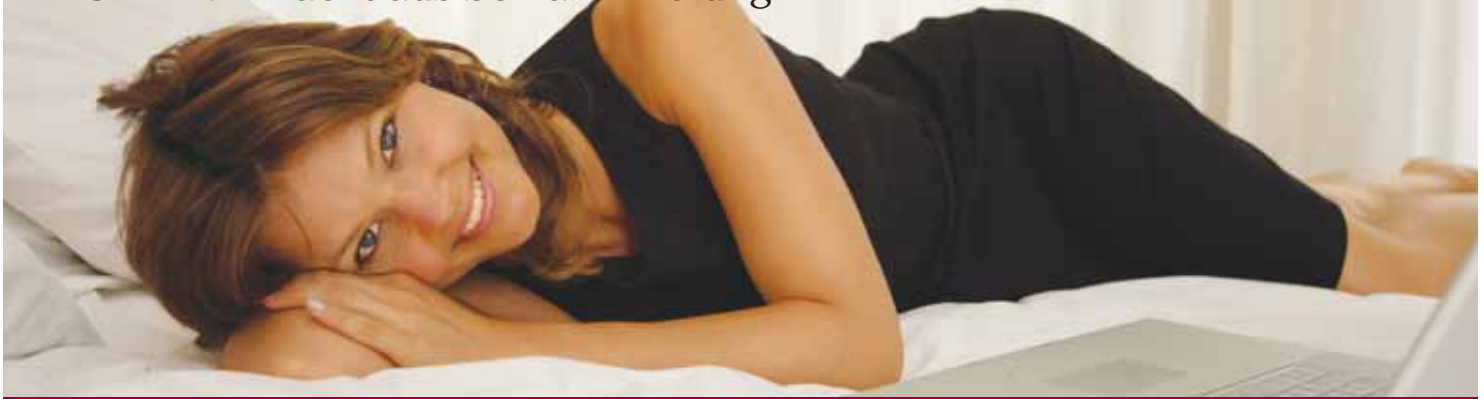
.....  
*Hairstylist* Hülya Kilinc-Varlik  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....



.....  
*Hairstylist* Axana Roleder  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg  
.....

# Tiefste Entspannung in edlem Design

## DUXIANA macht aus Schlaf Erholung



Stilvoll, gesund und einmalig komfortabel schläft man in einem DUX-Bett.  
Konsequent körpergerecht bietet das ausgezeichnete schwedische Schlafsystem:

- unvergleichlichen Schlafkomfort
- 10 Prozent mehr Tiefschlaf
- beste Naturmaterialien
- ein einzigartiges Durchlüftungsprinzip
- mühelose Anpassung an vorhandene Bettsysteme
- 20 Jahre Garantie
- 14 Tage unverbindliches Probeschlafen
- drei- bis viermal mehr Stützpunkte als herkömmliche Betten

**Tiefer schlafen, entspannter aufwachen.**

DAS DUX® BETT



EXKLUSIV BEI  
**DUXIANA®**

gebührenfreie Rufnummer 0800 - 101 50 05 • [www.duxiana.de](http://www.duxiana.de)

Wilhelmstr. 52 • 65183 Wiesbaden • Tel.: 0611-360 25 05 | Friedensstr. 9 • 60311 Frankfurt • Tel.: 069-27 227 890

BERLIN • DÜSSELDORF • FRANKFURT • HAMBURG • KÖLN • LEMGO • MANNHEIM • MÜNCHEN • STUTTGART • WIESBADEN



## Schön sein bis in die Zähne: Das neue Biolaser- Bleachingverfahren

Wenn Sie der Meinung sind, Ihr Lächeln könnte noch so viel schöner sein, dann sind Sie bei dem renommierten Zahnarzt Dr. Cornelius Nord, Praxis am Theater, genau in den richtigen Händen. Zum Wohl seiner Patienten sorgt Dr. Nord immer dafür, auf dem neusten Stand der Technik zu sein, um effektivere und dabei weniger schmerzhaftere Behandlungsmethoden in der Zahnmedizin anbieten zu können.

Mit dem neuen **Biolaser-Bleachingverfahren** ist es nun in sehr kurzer Zeit möglich, ein nicht zu übertreffendes, optimales Ergebnis der Zahnästhetik zu erzielen, und das im besonders schonendem Behandlungsverfahren – es ist dafür nur eine Gesamtbehandlungsdauer von 24 Minuten erforderlich!

**Für den Patienten hat das große Vorteile:** Durch die kurze Dauer der Behandlung werden die Kosten für den Patienten minimiert, und schon nach der ersten Sitzung kann man einen deutlichen Erfolg erkennen.

Wenn Sie noch mehr Informationen benötigen, berät Sie **Frau Hülya Alkan** vom Mundhygienestudio gerne persönlich und unverbindlich. Auch hier erwartet Sie das gewohnt exklusive Ambiente der angeschlossenen Praxis.



**Kontakt > Praxis am Theater, Zahnarztpraxis Dr. Cornelius Nord  
Wilhelmstr. 48, 65183 Wiesbaden, Tel. (0611) 44 90 51,  
Mundhygienestudio Tel. (0611) 44 90 52, [www.drnorth.de](http://www.drnorth.de)**

lang  
festlich



*Hairstylist* Hülya Kilinc-Varlik  
*Makeup* Jo Maria Dittrich  
*Fashion* paradox  
*Foto* Reinhard Berg

# Late-Night-Styling

Diesem leicht anmutenden Event gingen tief greifende gesellschaftliche Überlegungen voraus. Wie schon häufig hat der internationale Trendsetter Khalil Davary nicht nur genau zugehört und nachgefragt, sondern auch aktiv auf Veränderungen, Trends und Strömungen reagiert. Das Arbeitsleben und der Rhythmus hat sich in den letzten Jahrzehnten komplett verändert, durch stetige Firmenfusionen und Rationalisierungen ist das Arbeitsleben der Mitarbeiter um vieles anstrengender geworden, die Anforderungen an den Einzelnen sind enorm gestiegen. Durch zwei und sogar dreifach Jobs, durch immer größere Verantwortung auch für Kinder und Familie, bleibt den Menschen ein immer kleineres Zeitfenster für das Privatleben.

Als vorausschauender Unternehmer möchte Khalil Davary diesem gesellschaftlichen Phänomen gerecht werden. Er kreierte das Late-Night-Styling als erster Salon in ganz Deutschland, das verbunden ist mit der Verlängerung der Öffnungszeiten im Salon Excellent HÁIR Wiesbaden.

*Jeden ersten Freitag im Monat können sie Ihren Friseurtermin bis 24.00 Uhr abends vereinbaren.* Diese Freitagabende sind ein Highlight in vielen Terminkalendern, um das Wochenende gut gelaunt und entspannt einzuläuten, so dass der Samstag frei bleibt für Unternehmungen mit Freunden oder der Familie.

Vordenker und Top Stylist Khalil Davary:

*„seit 2006 sind auch in unserer Branche die Öffnungszeiten gelockert worden und so haben wir diese ganz selbstverständlich schon häufig angepasst und ich konnte immer wieder feststellen wie dankbar unsere Kunden dafür waren. Die Reaktionen auf unser Late-Night-Styling bestätigen, dass wir den Zeitgeist verstanden haben.“ (AP)*

*Jeden ersten Freitag im Monat ist unser Salon bis 24 Uhr geöffnet.*

Wir verwöhnen Sie dann beim Haarstyling mit leiser Musik und ausgewählten Getränken, die Sie schon auf das Wochenende einstimmen. Jedes Late-Night-Styling ist eine Besonderheit und hat ein eigenes Motto.



Genießen Sie frisch zubereitete **thailändische Spezialitäten** in modernem Ambiente – auch als Mittagstisch. Entspannen Sie sich bei gut gemixten **Cocktails** aus internationalem und eigenem Repertoire. Oder lassen Sie Ihre private Feierlichkeit zu einem unvergleichlichen, kulinarischen Erlebnis werden – mit unserem **Partyservice**.

*Art Purkpong heißt Sie herzlich willkommen!*

Öffnungszeiten (Küche):	Cocktailounge:
So - Do 12:00 bis 00:00 Uhr	Mo - Fr bis 01:00 Uhr
Fr - Sa 12:00 bis 01:00 Uhr	Sa - So bis 03:00 Uhr

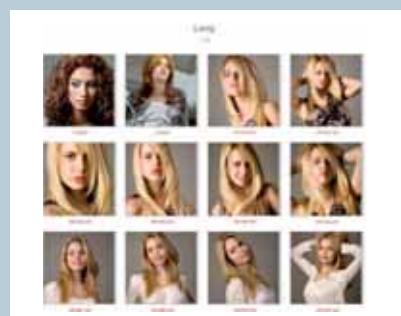
*erawan*  
thai · local

Tanusstraße 59  
65183 Wiesbaden  
T. 0611. 890 49 33



# Willkommen bei Excellent HÁIR online!

Suchen Sie sich Ihre Traumfrisur schon vor dem Friseurbesuch aus. Auf unserer Homepage finden Sie stets aktuelle Frisurentrends.



Webdesign: Christian Frösse

[www.excellent-hair.de](http://www.excellent-hair.de)